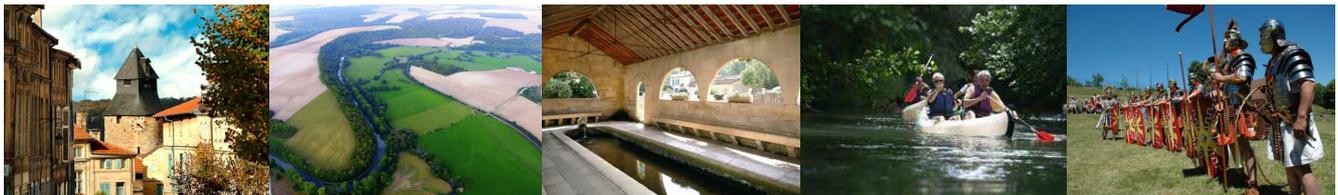




# SCHEMA BARROIS DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE



**2015 – 2019**



UNION EUROPÉENNE  
FONDS EUROPÉEN AGRICOLE  
POUR LE DÉVELOPPEMENT RURAL

# SCHEMA BARROIS DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

## PLAN D' ACTIONS 2015 - 2019

### AXE 1 - PROTEGER ET METTRE EN VALEUR LE PATRIMOINE BARROIS

1. Elargir l'application mobile d'interprétation du patrimoine à la destination Barrois
2. Installer des panneaux historiques près des monuments et création d'un parcours
- 3. Monter une candidature pour obtenir le label "Pays d'Art et d'Histoire" sur le Barrois**
4. Créer un réseau de villages remarquables
5. Compléter l'offre touristique et sa promotion avec les PER de Nasium, d'Ecurey et la Maison de la Pierre

2015	2016	2017	2018	2019
Selon évolution des projets				

### AXE 2 - DEVELOPPER LES ACTIVITES DE LOISIRS AUTOUR DE LA NATURE

6. Améliorer le balisage, l'entretien des chemins de randonnée et recréer un outil de promotion
7. Changer les panneaux RIS sur les aires camping-car et haltes fluviales
- 8. Aménager et valoriser la voie verte**
9. Proposer un service de location de vélo dans l'office de tourisme et ses points d'accueil
10. Donner une nouvelle vie à deux anciennes maisons éclusières (étude de faisabilité)

2015	2016	2017	2018	2019

### AXE 3 - VALORISER UN ART DE VIVRE AUTOUR DU TERROIR, DE LA GASTRONOMIE ET DES ANIMATIONS LOCALES

11. Renforcer le lien de coopération entre l'OT et les associations pour faire monter en puissance les manifestations
12. Installer une boutique de produits du terroir dans chaque point d'accueil de l'OT
13. Agritourisme : développer des actions touristiques autour des activités agricoles
14. Faire adhérer certains points de restauration au réseau des Bistrots de Pays
15. Soutenir le développement et la diversification de l'offre d'hébergement
16. Monter une visite guidée sur la fabrication du brie de Meaux dans une usine

2015	2016	2017	2018	2019
Selon volonté de l'entrepreneur				

### AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE

17. Renforcer l'ancrage de l'OT en maillant le Barrois par des points d'accueil
18. Elargir le pass de réduction prestataires touristiques à la destination Barrois
19. Imprimer les brochures sur papier recyclé, encre végétale, et intégration d'une charte du tourisme responsable
20. Renforcer la coopération de promotion avec les OT des alentours
21. Elargir le manuel du partenariat à destination des prestataires à l'échelle du Barrois
- 22. Créer des forfaits de séjour thématiques au sein du Barrois**
- 23. Créer des forfaits de séjours combinés avec les destinations alentours**
24. Installer des bornes interactives touristiques dans les points stratégiques
25. AMO : Accompagner les intercommunalités dans le développement des équipements touristiques
26. Monter un réseau de "Greeters" : habitants bénévoles ambassadeurs de leur territoire
27. Créer une marque autour la destination Barrois et faire évoluer les supports de promotion

2015	2016	2017	2018	2019

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°1**

**AXE 1 - PROTEGER ET METTRE EN VALEUR LE PATRIMOINE BARROIS**  
**INTITULE : Elargir l'application mobile d'interprétation du patrimoine à la destination Barrois**

**Chef de file :** Office de tourisme intercommunautaire  
**Personne responsable :** Chargé(e) de mission communication/market.

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse (promotion)
- Prestataires : à définir pour l'application numérique
- Les intercommunalités (relations techniques)

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Dans le soucis de s'adapter aux opportunités du développement du numérique, l'idée est de proposer une alternative au guidage classique en proposant l'accès à une application mobile (gratuite) qui permette la découverte du patrimoine au sein du Barrois de manière autonome et interactive (lecture de texte, vidéos, sons, etc.) ; des QR-codes pourront être installés également près des monuments concernés afin que les touristes qui ne connaîtraient pas l'existence de l'application puissent y accéder directement sur place.

Afin que l'application mobile soit réellement complémentaire avec l'installation de simples bornes au pied des monuments, l'accent devra être mis sur l'interactivité (vidéo, son), sur le caractère "exclusif" (photos/vidéo de lieux habituellement non visitables).

Enfin l'intégration des monuments et éléments à mettre en valeur dans l'application devra être pensée dans un esprit de globalité, à l'inverse des bornes au pied des monuments (fiche 1.2.2) où l'installation devrait être pensée dans une logique de circuits locaux).

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Favoriser la découverte du patrimoine au sein du territoire barrois, gagner en visibilité
- Gagner en visibilité en installant des QR-codes à proximité des monuments concernés
- Cette application a vocation à donner une vue d'ensemble sur le patrimoine du Barrois au touriste, ainsi qu'un mode de découverte basé sur l'originalité

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public **équipé d'un smartphone ou d'une tablette**

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Associations de valorisation du patrimoine</li> <li>● Guides interprète</li> <li>● Historiens</li> </ul> <p>Détails :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Repérage des éléments patrimoniaux et collecte historique : environ 1 jours pour la sélection des monuments, 1 jour pour recherche documentaire et 3 jours pour les relations avec guides, historiens : relecture du contenu, etc.</li> <li>● Application : environ 2 jours pour relation avec fournisseur et 1 jour pour intégration contenu</li> <li>● Communication : 2 jours environ pour promotion sur le site Internet, relation presse, etc.</li> </ul>	Créer une application smartphone qui positionne les monuments et les éléments patrimoniaux à visiter sur le Barrois puis qui décrit ces éléments, raconte l'Histoire du Barrois de manière interactive (intégration de sons, de courtes vidéos, commentaires écrits, liens vers d'autres sites, etc.). L'OTI pourrait suivre la mission de collecte des informations patrimoniales, de préparation du contenu de l'application en partenariat avec des guides, historiens et le fournisseur de l'application numérique.			Délai de réalisation : 2016			
	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>			
	Sur 1 an			Budget			
				Dépenses	Recettes	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Fréquentation des sites et monuments</li> <li>● Nombre de chargement de l'application</li> </ul>	
	Moyens humains	Repérage des éléments patrimoniaux et collecte de l'Histoire	5 jours	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	Pas de recette		<b>Indicateurs de suivi :</b> Données statistiques
		Création du contenu de l'application	3 jours	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	Pas de recette		
Communication (site web)		2 jours	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	Pas de recette			
Moyens techniques	Coût de l'application	Contenu texte, video, son, etc.	15 000,00 €	Pas de recette			
TOTAL			<b>15 000,00 €</b>	<b>Pas de recette</b>			

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°2**

**AXE 1 - PROTEGER ET METTRE EN VALEUR LE PATRIMOINE BARROIS**  
**INTITULE : Installer des panneaux historiques près des monuments et création d'un parcours**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission production de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- Les intercommunalités (ordre technique)
- Prestataires : à définir pour l'installation des bornes

**Territoire concerné :** Revigny-sur-Ornain, Gondrecourt-le-Château, Montiers-sur-Saulx, Beaulieu-en-Argonne

**Contexte et objectif de l'action :**

Les visiteurs et touristes passant à proximité des monuments ne connaissent pas l'histoire de ceux-ci et ont des difficultés à chercher spontanément l'information. L'idée d'implanter des bornes/panneaux décrivant l'histoire et les caractéristiques des éléments patrimoniaux est de répondre à la fois à une catégorie de touristes désirant rester autonome (sans passer par un guide), de susciter la curiosité des passants et de donner l'envie d'aller plus loin en associant la démarche avec la logique d'un circuit (à une échelle communale essentiellement) sur la découverte du patrimoine historique du Barrois.

Afin que les touristes puissent avoir aisément accès à des informations historiques, culturelles, patrimoniales en toute autonomie, il peut être apposé près des monuments un QR-code (ou flachcode) qui permettrait à ceux qui sont munis d'un smartphone ou d'une tablette d'accéder à une application numérique d'interprétation du patrimoine plus large, et plus interactive (voir fiche 1.2.1)

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois en leur faisant découvrir 7 pôles du Barrois
- Favoriser la découverte du patrimoine sur le Barrois
- Ces bornes ont vocation à être implantées dans une logique de circuit local (piétonnier)

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historiens</li> <li>• Guides</li> </ul> <p>Détails :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Installations de bornes : 1 jour recherche fournisseur, 3 jours négociation emplacements avec techniciens et élus, 2 jours établissement d'un circuit cohérent, 2 jours suivi installation des bornes (contrôle, facturation, etc.)</li> <li>• Recherche documentaire : environ 1 jour collecte des informations, 1 jour organisation tour de table avec historiens, etc. et 1 jour rédaction texte pour les bornes</li> <li>• Promotion : environ 1 jour relation presse, etc, 2 jours relations graphiste et imprimeur</li> </ul>	Implanter des panneaux historiques à proximité des monuments remarquables et matérialiser des circuits piétonniers (périmètre court), proposer un dépliant listant les monuments possédant une borne et matérialisant le circuit. Les communes de Bar-le-Duc et Ligny-en-Barrois sont bien engagées dans cette démarche. Réfléchir à la faisabilité d'un tel circuit de bornes dans 4 autres pôles : à Montiers-sur-Saulx et son hameau d'Ecurey, au bourg de Revigny-sur-Ornain, au coeur de Beaulieu-en-Argonne, autour de Lisle-en-Rigault/Ville-sur-Saulx et au bourg de Gondrecourt-le-Château, car ce sont des lieux qui possèdent un nombre intéressant d'éléments patrimoniaux et historiques.			Délai de réalisation : 2016	
	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>	
	Sur 1 an			Budget	
				Dépenses	Recettes
	Moyens humains	Recherche documentaire, relation historiens, etc.	3 jours	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	Pas de recette
	Publications de flyer ou petites brochures	3 jours	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	Pas de recette	
	Ingénierie liée au cahier des charges, la charte graphique des panneaux, etc.	Cabinet, prestataire de service	5 000,00 €	Pas de recette	
Moyens techniques	Coût d'installation des bornes	Environ 200 € par borne : installation d'environ 30 bornes (6 bornes par pôles) + 200 € coût main d'œuvre	12 000,00 €	Pas de recette	
TOTAL			<b>17 000,00 €</b>	<b>Pas de recette</b>	

« Destination Barrois »  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°3**

**AXE 1 - PROTEGER ET METTRE EN VALEUR LE PATRIMOINE BARROIS**

**INTITULE : Monter une candidature pour obtenir le label "Pays d'Art et d'Histoire" sur le Barrois**

Chef de file : à déterminer  
Personne responsable : à déterminer

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse (promotion)
- Ministère de la Culture (relations techniques et stratégiques)
- Office de tourisme intercommunautaire
- Les intercommunalités (relations techniques et stratégiques)
- L'animateur du patrimoine du label Ville d'Art et d'Histoire

**Territoire concerné :** à déterminer. Idéalement, tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

La commune de Bar-le-Duc détient actuellement le label de "Ville d'Art et d'Histoire". Ce label, qui demande un engagement fort pour la préservation du patrimoine et pour la transmission de connaissances, permet également de bénéficier d'un appui de l'Etat et d'un réseau national ayant fait ses preuves en terme de vecteur de développement territorial. En élargissant ce label à la destination Barrois, une nouvelle synergie sera créée pour forger une identité plus forte de la destination Barrois, pour préserver le patrimoine et la qualité de vie, mais aussi pour favoriser la mobilité des touristes au sein de ce territoire.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois
  - Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
  - Favoriser des retombées économiques aux prestataires touristiques du territoire
  - Préserver le patrimoine et transmettre des connaissances historiques aux habitants et aux touristes
- Renforcer l'identité et la visibilité du territoire barrois

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale.

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser				Calendrier et indicateurs				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elus communaux et intercommunaux</li> <li>• Guides</li> <li>• Historiens</li> <li>• Agents de développement</li> <li>• Techniciens des musées, espaces culturels</li> </ul> <p><u>Détails :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subventions de l'Etat à hauteur de 50% du montant global des actions engagées et plafonnées à 305 000 €</li> </ul>	Poser une nouvelle candidature pour obtenir l'élargissement du label "Pays d'Art et d'Histoire" à l'échelle du Barrois (si possible). Réfléchir à une mise à disposition de l'actuel Animateur du Patrimoine dans le cadre du futur périmètre.				Délai de réalisation : 2019				
	<b>Budget prévisionnel</b>				<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>				
	Sur 1 an			Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fréquentation touristique générale du Barrois, visibilité de la destination (nombre de visiteurs sur le site web et sur le territoire)</li> <li>• Augmentation du nombre de nuitées</li> </ul>			
				Dépenses	Recettes				
	Moyens humains : poste AMO de l'OTI	Elaboration d'un dossier de candidature, gestion du label	Agents de développement, service patrimoine, etc.	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	Pas de recette				
	Moyens techniques : poste marketing/promotion de l'OTI	Nouvelle communication autour de l'obtention du label (sous réserve de validation)	A intégrer dans la brochure généraliste destination Barrois	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	Pas de recette				
Moyens humains externes à l'OTI	Poste animateur du patrimoine	par an	50000 € à intégrer dans fonctionnement OTI	Tarifs de certaines visites guidées					
	Guides conférenciers, signalétique, opérations spécifiques (expo, événementiel, animations, etc)	par an	100 000,00 €						
TOTAL			100 000,00 €	A déterminer					

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°4**

**AXE 1 - PROTEGER ET METTRE EN VALEUR LE PATRIMOINE BARROIS**  
**INTITULE : Créer un réseau de villages remarquables**

Chef de file : CAUE 55 (Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement)

Personne responsable : Mission coordination de l'ingénierie territoriale

**Partenaires de réalisation :**

- Les communes volontaires
- CDT de la Meuse (promotion)
- Les intercommunalités (relations techniques)

**Territoire concerné :** déterminer les communes, dans le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

L'identité du Barrois étant encore floue pour les habitants et les visiteurs, il est nécessaire de fédérer les habitants autour d'un réseau et d'une identité spécifique pour qu'ils deviennent ambassadeurs de leur territoire. L'idée est donc de rehausser l'image des villages et de valoriser une qualité de vie en faisant participer les communes à un réseau de sites remarquables, ayant un caractère particulier.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Gagner en visibilité, en attractivité
- Fédérer les habitants et les élus autour d'une volonté de valorisation du patrimoine et de la qualité de vie

**Critères :**

- fleurissement général
- mise en valeur de la commune : bâtiments remarquables, maisons atypiques, éléments patrimoniaux, fontaine, pont ancien, etc.
- éléments naturels environnant : rivière, entrée de forêt, aire de pique-nique agréable, espaces verts, etc.

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser				Calendrier et indicateurs								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elus des mairies et des intercommunalités</li> <li>• Habitants</li> </ul> <p>Détails :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cahier des charges : environ 3 jours pour animer des réunions avec élus, techniciens, 1 jours pour rédaction</li> <li>• Selection : environ 1 jour pour animer la réunion, 1 jour pour la préparation de la sélection</li> </ul>	Créer un réseau de villages remarquables à l'échelle du Barrois. De manière générale il faudra tenir compte d'un certain nombre de critères minimaux : <ul style="list-style-type: none"> <li>- éléments patrimoniaux caractéristiques du Barrois</li> <li>- éléments de valorisation paysagère : ruisseau mis en valeur, fleurissement, lavoir restauré, etc.</li> <li>- apparence générale du coeur du village agréable : place aménagée, facades restaurées ou mises en valeur</li> <li>- présence d'un point de restauration ou apparenté à un "bistrot de pays"</li> </ul>				Délai de réalisation : 2019								
	<b>Budget prévisionnel</b>				<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>								
	Sur 1 an			Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fréquentation des villages visités, consommation sur place dans les points de restauration</li> <li>• Impacts sur les nuitées</li> </ul>							
				Dépenses	Recettes								
	Moyens humains	Définition du cahier des charges	4 jours	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	Pas de recette								
Relation presse, mention du réseau dans les brochures de l'OTI		2 jours	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	Possibilité de quelques recettes publicitaires									
Moyens externes	Etude et mise en œuvre de la mission	Prestation externe	20 000,00 €	Pas de recette									
TOTAL			20 000,00 €										

## « Destination Barrois »

### SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

## Fiche action n°5

### AXE 1 - PROTEGER ET METTRE EN VALEUR LE PATRIMOINE BARROIS

#### INTITULE : Compléter l'offre touristique et sa promotion avec les PER de Nasium, Ecurey et la Maison de la Pierre

Chef de file : Codecom de la Haute Saulx, CA de Bar-le-Duc Suc  
Personne responsable : à déterminer

#### Partenaires de réalisation :

- Office de tourisme intercommunautaire (accompagnement de l'ingénierie et promotion)
- Communauté d'agglomération Bar-le-Duc Sud Meuse (pour le PER Nasium)
- Communauté de communes de la Haute Saulx (pour le PER Ecurey et Maison de la Pierre)

Territoire concerné : Meuse Grand Sud et Codecom Haute Saulx

#### Contexte et objectif de l'action :

Les projets ci-dessous viennent compléter d'autres projets actuellement mis en oeuvre dans le cadre des schémas de développement touristique locaux en cours (création d'un parcabout, valorisation du musée Barrois, etc.)

1/ Dans le cadre du PER de Nasium, la possibilité d'améliorer les visites guidées des vestiges romains a été soulevée. L'idée est de mettre au point un outil interactif pour les touristes désirant connaître l'histoire de ces vestiges ; par exemple des images de synthèse, des vidéos, et des commentaires audio reconstituant Nasium sur une application mobile. Au fut et à mesure du parcours, les touristes découvriront alors sous un angle original, ludique et interactif de ce qui fut jadis une grande cité romaine.

2/ La communauté de communes de la Haute-Saulx est propriétaire d'une grande partie du site des Fonderies, et d'une exceptionnelle collection de modèles en fonte et plâtre. Depuis 1996, elle y entreprend des travaux de restauration.

En 2009, la Fondation du Patrimoine et la Fondation Total décident de financer à hauteur de 100 000 € la réhabilitation de plusieurs bâtiments : la grande halle de fonderie de 1882, l'atelier de modelage et le magasin à petits modèles. Aujourd'hui, les travaux sont achevés, permettant d'accueillir des espaces de stockage et de valorisation de la collection de fonte et plâtre. Il peut être intéressant à présent de créer un espace culturel / musée retraçant l'histoire de la fonderie. Le projet prévoit enfin l'installation de maraichers et la commercialisation des paniers de légumes sur place (+boutique) ou en circuit court.

3/ La Maison de la Pierre, à Brauvilliers

#### Enjeux et résultats escomptés :

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois en mettant en valeur 2 pôles supplémentaires du Barrois
- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois en faisant une meilleure promotion de ces 2 pôles
- Améliorer les services et l'accueil envers les touristes
- Promouvoir l'Histoire du Barrois

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale.

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historiens</li> <li>• Association Cité des Leuques</li> <li>• Guides</li> </ul>	Renforcer la promotion de ces 2 PER et de la Maison de la Pierre nouvellement créée			Délai de réalisation : Selon évolution des projets	
	<b>Budget prévisionnel</b>				<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>
	Sur 1 an		Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de vente de prestation d'audioguidage / application interactive</li> <li>• Nombre de visiteurs</li> <li>• Ouverture et fréquentation de l'espace culturel d'Ecurey et de Nasium</li> <li>• Ventes billetterie</li> </ul>
	Moyens techniques externes à l'OTI	Nasium, Ecurey, Maison de la Pierre, etc.	Dépenses	Recettes	
			Dépenses externes propres aux intercommunalités concernées	A déterminer si boutique de produits du terroir	
Moyens humains internes à l'OTI	Communication, marketing	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	Pas de recette		
TOTAL		Fonctionnement OTI	A déterminer une fois les projets achevés		

## « Destination Barrois »

### SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

## Fiche action n°6

### AXE 2 - DEVELOPPER LES ACTIVITES DE LOISIRS AUTOUR DE LA NATURE

**INTITULE : Améliorer le balisage, l'entretien des chemins de randonnée et recréer un outil de promotion**

Chef de file : à déterminer  
Personne responsable : à déterminer

#### **Partenaires de réalisation :**

- Les intercommunalités
- Associations volontaires : à lister
- Fédération Française de rando. Pédestre (FFR)

**Territoire concerné :** tout le Barrois, chaque intercommunalité

#### **Contexte et objectif de l'action :**

Certains chemins de randonnée manquent d'entretien au niveau du balisage et au niveau de l'entretien de la végétation. Ils s'intègrent pourtant parfaitement avec le positionnement touristique de la destination Barrois, dont l'orientation porte entre autres sur la découverte du milieu naturel, rural, etc (tourisme vert).

Certaines communautés de communes font appel à une association de randonneurs et leur verse une subvention pour assurer l'entretien de ces chemins. Cette option a fait ses preuves dans les territoires concernés.

Une carte et des fiches pratiques de randonnée étaient autrefois proposées au public. Il est nécessaire aujourd'hui de recréer ces supports en tenant compte d'une mise à jour.

La Fédération Française de Randonnée Pédestre est quant à elle représentée par 120 Comités régionaux et départements de la randonnée pédestre, regroupant ainsi 3 350 associations ou clubs locaux. Elle a pour mission de :

- Développer la randonnée pédestre en France comme pratique sportive.
- Contribuer à la sauvegarde de l'environnement.
- Valoriser le tourisme vert et les loisirs

Une collaboration pourrait apporter de nouvelles opportunités en matière de gestion, sensibilisation et promotion

#### **Enjeux et résultats escomptés :**

- Remettre en état certains chemins de randonnée et mettre en œuvre une politique de promotion de ces boucles
- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois
- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois

#### **Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale.

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asso randonneurs, FFR</li> </ul> <p>Convention pluriannuelle avec des associations.</p> <p>Exemple avec la Codecom de la Haute-Saulx :</p> <p>Convention avec 4 asso :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Club Alpin Français</li> <li>• Asso Jeanne d'Arc</li> <li>• Asso des Trottes Voyottes</li> <li>• Asso Volontaire de gym de Dammarie</li> </ul> <p>• Missions :</p> <p>Installation/réparations de plaquettes de boucle, piquets, autocollant, retrait des obstacles, retrait de l'herbe au pied des piquets, puis remplir une fiche circuit.</p> <p>• Travaux à faire avant le 1er juillet de chaque année puis contrôlés par la Codecom.</p>	<p>Confier le balisage et l'entretien des chemins de randonnée, par l'intermédiaire par exemple d'une association de randonneurs. La tonte et le débroussaillage devraient logiquement revenir aux intercommunalités</p> <p>Renforcer au besoin la coopération avec la FFR</p> <p>Recréer un outil de promotion : <b>mettre à disposition du public une carte et des fiches de randonnées pratiques pour la découverte du Barrois</b> (payant ou non).</p>			<p>Délai de réalisation : 2015</p>		
	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
	Sur 1 an			Budget		
	Moyens humains	Vérification des chemins de randonnée	1 jour par boucle environ	Fonctionnement agent de développement	Pas de recette sauf au travers de randonnées commentées avec accompagnateur	
	Moyens techniques	Réparations de certaines balises, débroussaillage, tonte	2 jours par an minimum (une intervention au printemps, une en automne)	Environ 12,50€ par km		
TOTAL			7 627,50 €		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vérification des chemins</li> <li>• Bilan avec l'association</li> </ul>	

« Destination Barrois »  
SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Fiche action n°7

AXE 2 - DEVELOPPER LES ACTIVITES DE LOISIRS AUTOUR DE LA NATURE

INTITULE : Changer les panneaux "Relais Information Service" (RIS) sur les aires de camping-car et haltes  
fluviales

Chef de file : à déterminer  
Personne responsable : à déterminer

**Partenaires de réalisation :**

- Les intercommunalités (aspect technique)
- Office de tourisme intercommunautaire (accompagnement de l'ingénierie)

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Les actuels panneaux situés aux abords des aires de repos (Relais Information Service), de camping-car et des haltes fluviales ne répondent pas suffisamment aux attentes des touristes, à savoir : connaître les commerces de proximité, les services aux alentours, le point d'information touristique le plus proche, etc. De même, certaines intercommunalités ont changé de périmètre. Il s'avère donc nécessaire de mettre à jour ces panneaux. Enfin, il peut être pertinent d'ajouter un flash-code (ou QR-code) pour accéder au site Internet mobile du futur office de tourisme intercommunautaire

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Améliorer l'accueil et les services envers les touristes
- Favoriser des retombées économiques aux prestataires touristiques du territoire

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, personnes se rendant sur les aires de camping-car, les aires de pique-nique, les aires de repos et les haltes fluviales

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les élus</li> <li>• Les techniciens et agents de développement des collectivités</li> </ul>	Installer de nouveaux panneaux d'information touristique sur les aires de camping-car, de pique-nique et haltes fluviales : - redéfinir une charte graphique commune sur tout le Barrois - mettre à jour les informations et les plans - ajouter un flascode pour accéder au site Internet de l'OTI via un smartphone			Délai de réalisation : 2015		
Nombre d'aires par interco :	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meuse Grand Sud : 16</li> <li>• COPARY : 5</li> <li>• Triaucourt-Vaubécourt : 7</li> <li>• Haute-Saulx : 3</li> <li>• Saulx-et-Perthois : 4</li> <li>• Val d'Ornois : 3</li> </ul>	Sur 1 an			Budget		
	Moyens humains	Rédaction cahier des charges, charte graphique, rédaction/correction texte, modif carte	Cabinet	A déterminer pour chaque interco : minimum 1 RIS par aire de repos/détente 5000 €	Pas de recette	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Installation des nouveaux panneaux</li> <li>• Fréquentation du site Internet pour mobile de l'OTI</li> </ul>
	Moyens techniques	Impression, création des panneaux, installation	3 jours	1500 € par panneau RIS	Pas de recette	
	TOTAL			62 000,00 €	Pas de recette	

## « Destination Barrois » SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

### Fiche action n°8

#### AXE 2 - DEVELOPPER LES ACTIVITES DE LOISIRS AUTOUR DE LA NATURE

##### INTITULE : Aménager et valoriser la voie verte

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : à déterminer

#### Partenaires de réalisation :

- Fournisseurs : à définir
- Meuse Nature Environnement (à confirmer)
- CPIE Côtes de Woëvre (à confirmer)
- Les intercommunalités sur lesquelles passent la voie verte

Territoire concerné : vallées de la Saulx et de l'Ornain, Val d'Ornois : Meuse Grand Sud, Saulx et Perthois, Haute Saulx, val d'Ornois, COPARY

#### Contexte et objectif de l'action :

Une voie verte traverse le Barrois, mais elle manque d'aménagement et de valorisation. Ce peut pourtant être un axe structurant, une "colonne vertébrale" qui peut mailler des boucles secondaires pourvu qu'on l'emprunte. L'idée est donc de l'aménager (bancs, garages à vélo, tables de pique-nique, toilettes), de créer une signalétique claire sur les services alentours existants (commerces, hébergements acceptant les cyclistes, etc.), de créer un parcours d'interprétation sous forme de panneaux ou bornes explicatives (paysages, faune, flore) sur les énergies (eau, bois, vent, etc.) sur le canal (histoire, fonction) et de créer un support de promotion touristique (flyer ou intégration d'un texte/visuel dans la brochure d'appel de la destination Barrois). Le tronçon concerné par l'aménagement comprend le chemin de halage et les routes menant vers Saint Dizier et vers Void-Vacon.

#### Enjeux et résultats escomptés :

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois via la promotion des services d'hébergements autour de la voie verte
- Favoriser les modes de déplacement doux et la mobilité des touristes au sein du territoire barrois en leur faisant emprunter la voie verte
- Favoriser des retombées économiques aux prestataires touristiques du territoire grâce à une nouvelle signalétique indiquant les services de proximité (restaurants, commerces, etc.)
- Faire découvrir l'environnement autour de la voie verte via la mise en place d'un parcours d'interprétation

#### Cible(s) concernée(s) :

Tout public, population locale.

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Aménagements à réaliser				Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Associations environnementales (MNE, CPIE, etc.)</li> <li>Naturalistes</li> </ul> <p>Détails : 59km</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chemin de halage = 30 km. Interco concernée est Meuse Grand Sud</li> <li>Prolongation EST = 12 km</li> <li>Prolongation OUEST = 17 km</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Créer un sentier d'interprétation de la faune et de la flore sur la voie verte et installer des panneaux explicatifs sur l'histoire et la fonction du canal de la Marne au Rhin (partout)</li> <li>Installer des parkings vélo près de certaines aires de pique-nique ou près de carrefours villageois (partout)</li> <li>Installer des toilettes (toilettes sèches par exemple) (vv)</li> <li>Installer des tables de pique-nique (vv)</li> <li>Créer un document de promotion (flyer, brochure) (partout)</li> <li>Installer une signalétique directionnelle, kilométrique, indiquant les services de proximité (commerces, restaurants) (partout)</li> </ol>				Délai de réalisation : 2017	
	Sur 1 an		Budget		<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>	
	Moyens humains interne à l'OTI	Mission production de l'offre OTI	15j	Dépenses Budget de fonctionnement de l'office	Recettes Pas de recette	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impact sur la fréquentation des services situés à proximité de la voie verte</li> <li>Statistiques de fréquentation de la voie verte</li> <li>Nombre de documents distribués</li> <li>Impact sur le nombre de nuitées</li> </ul>
		Mission communication marketing	6j	Budget de fonctionnement de l'office		
		Ingénierie	Cabinet conseil	30 000,00 €		
Moyens extérieurs	Conception graphique, promotion, presse, supports publicitaires	1 page dans la brochure généraliste destination Barrois (coût main d'œuvre + coût matériel, impression, etc.)	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	Possibilité de locations de vélos (voir fiche 9)		
	Matériels	Toilettes, tables, plantations, signalétique, etc.	150 000,00 €			
TOTAL			180 000,00 €			

Autres précisions :

1/ Contact des associations enviro, VNF, pour passer une prestation de conception de contenu (5 jours)  
 visite de sites pour définir les points d'implantation (4 jours)  
 rédaction d'un cahier des charges pour la fabrication (2j)  
 contact un prestataire pour la fabrication (0,5j)  
 animation des techniciens et élus? pour suivre la conception et implantation des panneaux (3 j)  
 détermination de la structure en charge de l'entretien (1j) = 15,5 j

**Coordination de l'ingénierie territoriale**

2/ réunir les techniciens/élus pour déterminer les emplacements (1j)  
 rédiger un cahier des charges (2 j)  
 contacter choisir un prestataire (0,5j)  
 réception des travaux et suivi de l'installation (1j)  
 action 3= 5,5j  
 action 4= 5,5 j

6/ réunir les techniciens et élus pour déterminer les objectifs, la fonction, le contenu et les lieux d'implantation de la signalétique (3jours)  
 rédiger un cahier des charges (2 jours)  
 choisir un prestataire : 0,5 j  
 réception des travaux et suivi de l'installation (2j)  
 déterminer la structure en charge de l'entretien (1j) = 8,5j

**Communication marketing :**

5/ 1 page de flyer : rédaction contenu + aller-retour graphiste - imprimeur : 3j + prestation : à chiffrer  
 événement d'inauguration : 3 jours de prépa, dépenses presse + apéro (1000 €) = 6j  
 Achat du matériel : à déterminer

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°9**

**AXE 2 - DEVELOPPER LES ACTIVITES DE LOISIRS AUTOUR DE LA NATURE**

**INTITULE : Proposer un service de location de vélo dans l'office de tourisme et ses points d'accueil**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission production de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse (promotion)
- Loueur de vélo : partenariat à trouver

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Pour favoriser les déplacements à vélo, l'emprunt de la voie verte et des boucles de randonnée, l'office de tourisme intercommunautaire pourrait proposer des vélos à louer, en partenariat avec un loueur privé. Les bureaux d'information touristique de ce même office pourraient également proposer cette prestation, de manière à pouvoir mailler le territoire.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois
- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Favoriser des retombées économiques aux prestataires touristiques du territoire

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale. Les cyclistes

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Loueurs de vélo</li> </ul>	Proposer un service de location de vélo dans l'office de tourisme intercommunautaire et ses bureaux. L'office de tourisme n'achète pas de vélos, c'est le loueur de vélos qui en prête à l'office de tourisme. Les tarifs appliqués seront issus d'une négociation avec le loueur de vélos. Lorsque des touristes souhaitent louer, l'office de tourisme est habilité à encaisser puis remettra la somme au loueur (mensuellement par exemple). L'office de tourisme doit être en droit de demander une caution aux touristes, qu'elle remettra une fois le vélo récupéré.			Délai de réalisation : 2017	
<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
Sur 1 an			Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre de vélos loués sur l'année</li> <li>Chiffre d'affaires généré</li> </ul>
Moyens humains	Trouver un loueur de vélo présent sur le territoire pour négocier un partenariat	2 jours	Dépenses Aucune pour l'OTI	Recettes A déterminer avec le loueur - peut-être une petite marge de 5 à 10%	
Prestations	Promotion, communication	2 jours (site web + relation presse)	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office		
TOTAL			Fonctionnement OTI	A déterminer avec un loueur privé	

« Destination Barrois »  
SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Fiche action n°10

AXE 2 - DEVELOPPER LES ACTIVITES DE LOISIRS AUTOUR DE LA NATURE

INTITULE : Donner une nouvelle vie à deux anciennes maisons éclusières (étude de faisabilité)

Chef de file : à déterminer  
Personne responsable : à déterminer

**Partenaires de réalisation :**

● Office de tourisme intercommunautaire

● Meuse Grand Sud

● VNF

**Territoire concerné :** Tronville et Longeville-en-Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Le canal de la Marne au Rhin traverse une grande partie du territoire Barrois. De même, une voie verte longe ce canal, permettant ainsi d'agir comme un axe structurant. Cependant peu d'activités touristiques y sont développées. Or, VNF possède deux anciennes maisons éclusières aujourd'hui à l'abandon. L'une est située à Tronville, la seconde à Longeville. Destinées initialement à la démolition, VNF a néanmoins demandé aux collectivités s'il y avait un porteur de projet potentiel pour donner une nouvelle vie à l'une de ces maisons ou les deux. VNF s'engage à réaliser les travaux de gros oeuvre si un projet devait voir le jour. C'est pourquoi, une étude peut être lancée pour vérifier la viabilité économique de l'un des projets suivants :

- ouverture d'une buvette dans l'une de ces deux maisons à destination des plaisanciers du canal et des touristes venant emprunter la voie verte

- création d'un espace muséographique sur le thème de la batellerie, du canal

- création d'un gîte

- création d'une structure de location de pédalos

**Enjeux et résultats escomptés :**

● Favoriser des retombées économiques

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale, plaisanciers du canal, cyclistes ou randonneurs empruntant la voie verte

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser		Calendrier et indicateurs		
A déterminer : porteur de projet privé ou mixte : public/privé	Lancer une étude de faisabilité sur 4 projets : - ouverture d'une buvette dans l'une de ces deux maisons à destination des plaisanciers du canal et des touristes venant emprunter la voie verte - création d'un espace muséographique sur le thème de la batellerie, du canal - création d'un gîte - création d'un structure de location de pédalos		Délai de réalisation : 2019		
	<b>Budget prévisionnel</b>		<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
	Sur 1 an		Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fréquentation</li> <li>• Chiffre d'affaires généré</li> </ul>
	Etude de faisabilité	Cabinet conseil	5 000,00 €	En fonction du projet	
	Moyens humains	Promotion du projet après étude de faisabilité	A déterminer après étude		
	Moyens techniques	A déterminer après étude de faisabilité (travaux, aménagements)	A déterminer après étude		
TOTAL		5 000,00 €	A déterminer après étude		

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°11**

**AXE 3 - VALORISER UN ART DE VIVRE AUTOUR DU TERROIR, DE LA GASTRONOMIE ET DES ANIMATIONS LOCALES**

**INTITULE : Renforcer le lien de coopération entre l'OT et les associations pour faire monter en puissance les manifestations**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission animation de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- Les intercommunalités
- Associations : à identifier

**Territoire concerné :** tout le Barrois, en fonction des associations impliquées (objectif : 12 associations référentes, deux par interco)

**Contexte et objectif de l'action :**

Le rôle de l'office de tourisme intercommunautaire est, en plus de ses missions fondamentales d'accueil et de promotion, de coordonner les réseaux des prestataires et le réseau associatif. Il faudrait renforcer la mise en réseau des associations à l'échelle du Barrois pour qu'elles puissent se fédérer, coopérer dans le temps. L'office de tourisme pourrait donc agir en faveur de cette mise en réseau dans le but de contribuer à un meilleur rayonnement de ces associations.

Pour répondre aux problématiques rurales, il est envisagé de soutenir toutes les associations liées au tourisme et aux loisirs et de promouvoir leurs actions y compris les associations ne pouvant pas adhérer à l'office de tourisme (budgets serrés par exemple), auquel cas les intercommunalités pourraient apporter sous forme de subvention le montant correspondant à l'adhésion manquante.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Harmoniser l'agenda des manifestations sur l'année de manière à ce qu'une manifestation évite de faire de l'ombre à une autre
- Favoriser la fréquentation touristique des événements
- Conseiller et accompagner les associations dans certaines de leurs organisations

**Cible(s) concernée(s) :**

Les associations d'animation et d'événements

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs				
Associations d'animations	Harmoniser le calendrier des animations sur l'année et selon la portée des événements. Identifier des associations "référentes" ou "portes paroles" qui serviraient de relais entre l'OTI et les petites associations dans plusieurs zones du Pays Barrois. Organisation de réunions de réseau, organisation d'un salon des associations			Délai de réalisation : 2015				
	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>				
	Sur 1 an		Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amélioration de la fréquentation des animations</li> <li>• Meilleur équilibre des fêtes et animations sur l'année</li> </ul>			
			Dépenses	Recettes				
	Moyens humains	Mission animation de l'offre	22j pour chaque codecom x 6 interco = 132j/an	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office			- €	<b>Indicateurs de suivi :</b> Statistiques de fréquentation des animations locales
Mission communication marketing		15j x 6 interco	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €				
Agenda des manifestations		Conception, impression, envoi de l'agenda	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €				
TOTAL			<b>Fonctionnement OTI</b>	- €				

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°12**

**AXE 3 - VALORISER UN ART DE VIVRE AUTOUR DU TERROIR, DE LA GASTRONOMIE ET DES ANIMATIONS LOCALES**

**INTITULE : Installer une boutique de produits du terroir dans chaque point d'accueil de l'OT**

**Chef de file :** Office de tourisme intercommunautaire  
**Personne responsable :** Chargé(e) de mission production de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse
- Lister les prestataires

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

L'office de tourisme a pour rôle de promouvoir le Barrois sous tous ses aspects. C'est pourquoi il peut proposer au sein de ses locaux la vente de quelques produits du terroir. Après la fusion des anciens offices de tourisme et la création d'un office de tourisme intercommunautaire, l'idée est d'élargir la gamme de produits du terroir et de poursuivre la présentation de vitrines au sein des bureaux d'information touristique.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser des retombées économiques aux prestataires touristiques du territoire

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale.

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entreprises artisanales,</li> <li>• Fermes,</li> <li>• Industries</li> </ul>	Proposer une variété de produits du terroir et d'objets souvenirs locaux dans l'office de tourisme intercommunautaire et ses bureaux			Délai de réalisation : printemps 2015	
<b>Budget prévisionnel</b>					
Sur 1 an			Budget		<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de produits vendus</li> <li>• Chiffre d'affaires généré</li> </ul>
			Dépenses	Recettes	
Moyens humains	Mise en vitrine, gestion du stock, relation fournisseurs		Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €	
Prestations	Achats de produits		Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	Appliquer environ un coefficient 2 sur le prix final par rapport au coût d'achat	
TOTAL			Autofinancement	- €	

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°13**

**AXE 3 - VALORISER UN ART DE VIVRE AUTOUR DU TERROIR, DE LA GASTRONOMIE ET DES ANIMATIONS LOCALES**

**INTITULE : Développer des actions touristiques autour des activités agricoles en s'appuyant sur les labels existants (Bienvenue à la Ferme, Meuse et Merveilles, etc.) et sur des circuits de randonnées**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission Animation de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- Office de tourisme intercommunautaire (promotion)
- Les intercommunalités (technique)
- Prestataires : à définir en fonction du nombre de participants
- Pays Barrois (financements)
- Chambre d'agriculture de la Meuse (technique)

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Le Barrois étant un territoire essentiellement rural et agricole, de nombreux atouts peuvent être mis en valeur à destination du public touristique : produits du terroir, tables d'hôtes, approche pédagogique, ateliers, etc. Les fermes doivent être soutenues pour pouvoir diversifier leur activité et développer leurs revenus. "L'agritourisme" devient alors vecteur de développement de l'économie rurale.

1/ Les intercommunalités pourraient mettre en place des incitations financières, fiscales en faveur des exploitations agricoles qui voudraient se diversifier vers l'agritourisme

2/ Une randonnée de type "marche gourmande" pourrait être associée à une visite dans ces fermes agritouristiques, permettant ainsi de coupler la marche avec la découverte des produits fermiers et avec une approche pédagogique familiale (éducation à l'environnement, etc.)

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois
- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Favoriser des retombées économiques aux prestataires ruraux et agricoles du territoire

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale.

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser				Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fermes</li> <li>• Programme LEADER</li> <li>• Chambre d'agriculture</li> </ul>	Encourager l'ouverture des exploitations agricoles au public et favoriser l'approche pédagogique : élargir le réseau "Bienvenue à la Ferme", soutenir la vente directe des produits de la ferme via le label "Meuse et Merveilles". Soutenir la diversification des activités des fermes : - promotion et mise en réseau des fermes via l'OTI (club des partenaires, etc.) - soutiens financiers (fonds européens par ex.) pour certaines actions de développement des fermes et via les intercommunalités - soutiens techniques, accompagnement via la Chambre d'agriculture				Délai de réalisation : 2016	
<b>Budget prévisionnel</b>						
Sur 1 an			Budget			
			Dépenses	Recettes		
Soutiens financiers de l'Europe et des interco	Fonds européens (via Pays Barrois)		- €	A déterminer	<b><u>Indicateurs de résultats et livrables :</u></b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de fermes ouvrant leur exploitation au public et développant de nouvelles activités</li> <li>• Ventes des produits de la ferme</li> </ul>	
	Aides des intercommunalités		- €	A déterminer		
Promotion, communication	Mission promo-marketing de l'OTI		Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €		
<b>TOTAL</b>			- €	- €		

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°14**

**AXE 3 - VALORISER UN ART DE VIVRE AUTOUR DU TERROIR, DE LA GASTRONOMIE ET DES ANIMATIONS LOCALES**

**INTITULE : Faire adhérer certains points de restauration au réseau des Bistrots de Pays**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : chargé(e) de mission animation de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- Les intercommunalités
- CDT (pour la promotion) et CG de la Meuse

**Territoire concerné :** toutes les intercommunalités

**Contexte et objectif de l'action :**

L'opération Bistrot de Pays® est une démarche originale mobilisant des établissements (bistrots, cafés, estaminets et autres débits de boissons) dans un projet de pays.

Le Bistrot de Pays® a pour but, à travers un réseau local d'animation, de contribuer à la conservation et à l'animation du tissu économique et social en milieu rural par le maintien – ou la recréation – du café de village multiservices de proximité.

Un Bistrot de Pays® doit donc :

- Être situé dans une commune rurale de moins de 2000 habitants.
- Constituer le dernier – ou l'un des derniers – commerce(s) du village.
- Être ouvert toute l'année.
- Proposer, autant que possible, les services de base non assurés par ailleurs dans le village (tels que dépôt de pain, de tabacs, de journaux, petite épicerie...).
- Disposer des principaux documents d'information touristique locale.
- Organiser des animations festives et culturelles (au moins 3 par an).
- Promouvoir les produits du terroir

Ambassadeurs de leur territoire, relais multiservices, lieux de vie culturelle... Les Bistrots de Pays c'est tout cela.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois
- Favoriser la mobilité des touristes vers le Barrois et dans le Barrois

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurateurs</li> <li>• Agents de développement</li> <li>• Elus</li> </ul>	Inciter certains points de restauration correspondant aux critères de la charte des Bistrots de Pays à adhérer au réseau pour gagner en visibilité et pour faire reconnaître une élévation de la qualité des prestations de services.			Délai de réalisation : 2019	
<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
Sur 1 an			Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fréquentation de la manifestation ou de l'événement (expo, etc.)</li> </ul>
			Dépenses	Recettes	
Moyens humains	AMO - Assistance Maitrise d'ouvrage : Rédaction cahier des charges, présélection des points de restauration, etc	22j pour chaque codecom x 6 interco = 132j/an	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €	
	Promotion presse, rédaction 1 page dans brochure destination Barrois	2 jours	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €	
Moyens techniques	Impressions	1 page dans la brochure (0,3€ la brochure de 44p)	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €	
TOTAL			- €	- €	

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°15**

**AXE 3 - VALORISER UN ART DE VIVRE AUTOUR DU TERROIR, DE LA GASTRONOMIE ET DES ANIMATIONS LOCALES**

**INTITULE : Soutenir le développement et la diversification de l'offre d'hébergement (en qualité, en nombre et en type : écologique, insolite, traditionnel, économique, haut de gamme, etc.)**

Chef de file : à déterminer  
Personne responsable : à déterminer

**Partenaires de réalisation :**

- CCI (aide à l'installation)
- CDT de la Meuse (aide à la promotion)
- Chambre d'agriculture
- Office de tourisme intercommunautaire (promotion)

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

De récentes analyses ont démontré que le territoire du Barrois manquait de lits touristiques. Il s'avère nécessaire de soutenir l'élargissement de l'offre d'hébergement en déployant plusieurs aspects afin de cibler des niches différentes : hébergements écologiques, insolites, à la ferme, traditionnel, économique, de charme, etc.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois
- Favoriser des retombées économiques

**Cible(s) concernée(s) :**

Les hébergeurs et porteurs de projet pour la création d'hébergements

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser		Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CCI</li> <li>• Chambre d'agriculture</li> <li>• CDT de la Meuse</li> <li>• Pays Barrois</li> <li>• Porteurs d'un projet de création d'hébergement</li> </ul>	<p>Soutenir techniquement et financièrement la création de nouveaux hébergements ou lits touristiques, leur rénovation.</p> <p>Réfléchir sur une incitation financière ou fiscale par l'intermédiaire des intercommunalités</p>		<p>Délai de réalisation : été 2019</p>	
<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>	
Sur 1 an		Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre lits touristiques sur le Barrois</li> <li>• Taux d'occupation</li> <li>• Retombées économiques, viabilité</li> </ul>
Moyens financiers	Mise en place d'une incitation financière et/ou fiscale	Dépenses	Recettes	
TOTAL		A déterminer en fonction des volontés politiques et économiques	- €	
				- €

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°16**

**AXE 3 - VALORISER UN ART DE VIVRE AUTOUR DU TERROIR, DE LA GASTRONOMIE ET DES ANIMATIONS LOCALES**

**INTITULE : Monter une visite guidée sur la fabrication du Brie de Meaux dans une usine**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission production de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse (promotion)
- Prestataires : à identifier
- CCIT de la Meuse
- Chambre métiers de la Meuse
- Chambre agri Meuse

**Territoire concerné :** Biencourt sur Orge (Haute Saulx) ou Raival (Triaucourt Vaubecourt)

**Contexte et objectif de l'action :**

Le Brie de Meaux est aussi fabriqué en Meuse mais peu de gens le savent. De ce constat est partie l'idée d'ouvrir à des groupes de visiteurs limités et régulés une ou plusieurs usines de fabrication du Brie de Meaux. Cette action entre aussi dans un cadre plus large de découverte du savoir-faire artisanal et industriel dans le Barrois.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser la vente du Brie de Meaux
- Valoriser un savoir-faire régional en établissant des visites guidées et commentée
- Faire connaître l'histoire du Brie de Meaux au travers des visites guidées ou autres supports
- Favoriser le développement économique local
- Impliquer davantage les industriels vers une ouverture (limitée et contrôlée) au public pour la découverte des produits

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs		
<p>• Les industriels du Brie</p> <p>• Des guides bénévoles (anciens salariés par exemple) et/ou professionnels formés au préalable</p> <p><b>L'équilibre entre coûts et recettes doit permettre à l'office de tourisme d'autofinancer cette action</b></p>	<p>Qu'un agent de l'OTI puisse établir une relation avec l'une des usines sud-meusiennes de fabrication du Brie de Meaux afin de mettre au point une visite pour un groupe limité de visiteurs (envion 15 maxi - à définir avec l'usine volontaire), quelques jours par mois (environ 4 fois par mois - à définir avec l'usine volontaire).</p> <p>Collaborer avec le personnel de l'usine volontaire pour respecter les conditions d'hygiènes pendant la visite, monter une visite guidée par l'intermédiaire d'un(e) salarié(e) ou ancien(ne) salarié(e).</p> <p style="text-align: center;"><b>Budget prévisionnel</b></p>			<p>Délai de réalisation : selon volonté de l'entrepreneur</p>		
	Sur 1an			Budget		<p><b>Indicateurs de résultats et livrables :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de visiteurs</li> <li>• Vente des fromages</li> </ul> <p><b>Indicateurs de suivi :</b></p> <p>Statistiques de visites et de ventes</p> <p>Essayer de remplir 15 personnes par visite, et de tenir 26 visites par an (soit 1 week-end sur 2)</p>
				Dépenses	Recettes	
	Moyens humains	Mission production de l'offre OTI	3j	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	7€ la visite x 15 personnes par visite x 26 visites par an = 2730 €	
		Mission communication marketing	2j	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €	
Indemnisation du guide pour 26 visites/an		Environ 30€ la vacation	780,00 €	- €		
Moyens techniques	Conception graphique, promotion, presse, supports publicitaires	2j	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €		
<b>TOTAL</b>			<b>780,00 €</b>	<b>2 730,00 €</b>		

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°17**

**AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE**

**INTITULE : Renforcer l'ancrage de l'OT en maillant le Barrois par des points d'accueil  
(bureaux d'informations touristiques ou relais chez des prestataires volontaires)**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Directrice (à confirmer)

**Partenaires de réalisation :**

Les intercommunalités concernées par l'implantation des points d'accueil

- Codecom Haute-Saulx
- Codecom Saulx-et-Perthois
- Codecom Triaucourt-Vaubecourt

**Territoires concernés :** Montiers-sur-Saulx (Ecurey), Beaulieu-en-Argonne, une commune de Saulx-et-Perthois

**Contexte et objectif de l'action :**

Dans le cadre du maillage de la destination Barrois en termes de points d'information touristique, il est nécessaire d'identifier dans chaque intercommunalité participante un point d'ancrage afin de pouvoir renseigner la population locale et les touristes sur l'offre touristique des alentours et du Barrois. Ce point d'ancrage peut se faire sous deux formes :  
- soit la création d'un bureau d'information touristique dépendant de l'office de tourisme intercommunautaire (salariés saisonniers)  
- soit sous forme de coopération entre un prestataire identifié comme relais d'information touristique (un commerçant) et l'office de tourisme intercommunautaire. Cela peut être communément appelé une "*Halte de village touristique*".

La Codecom de la Haute Saulx est favorable à l'implantation d'un point d'accueil touristique sur le hameau d'Ecurey (Montiers-sur-Saulx) entre avril et octobre. Il est envisagé de mettre à disposition un ou plusieurs acteurs pour assurer la promotion touristique avec l'appui de l'office de tourisme intercommunautaire.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Gagner en visibilité et en proximité pour promouvoir la destination Barrois
- Améliorer les services et l'accueil
- Favoriser des retombées économiques aux prestataires touristiques du territoire

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale.

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direction de l'office de tourisme intercommunautaire</li> <li>• Agent de développement de la collectivité</li> </ul>	Créer un bureau d'information touristique ou identifier un prestataire en tant que relais d'information touristique. Dans le second cas, le prestataire sera alimenté en documentation touristique et sera accompagné par l'OTI. Possibilité également de mettre à disposition des touristes un téléphone permettant de joindre directement le standard de l'OTI depuis le relais.			Délai de réalisation : 2015	
	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>	
	Sur 1 an				
	Moyens humains	Agents d'accueil saisonniers	Au moins 90 J par an	Dépenses fonctionnement OTI. (Environ 20 000 € de ressources humaines annuelles)	Recettes - €
Prestations	Accompagnement d'un prestataire identifié comme relais d'information	1 point par trimestre (à clarifier) + disponibilité de l'OTI envers le prestataire	fonctionnement OTI + documentation touristique mise à disposition (prévoir peut-être plus d'impressions)	- €	
TOTAL			- €	- €	

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°18**

**AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE**

**INTITULE : Elargir le pass de réduction prestataires touristiques à la destination Barrois**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission production de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse (promotion)
- Lister les prestataires participants à l'opération : à définir

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

L'objectif est de favoriser la consommation dans le territoire du Barrois en proposant aux touristes/population locale une carte de réduction chez des prestataires participants à l'opération. C'est également un moyen de fidéliser une clientèle touristique de proximité

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Favoriser des retombées économiques aux prestataires touristiques du territoire
- Favoriser la consommation et/ou la fidélisation

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser				Calendrier et indicateurs				
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hébergeurs,</li> <li>● restaurateurs,</li> <li>● entreprises artisanales,               <ul style="list-style-type: none"> <li>● fermes,</li> <li>● industries</li> </ul> </li> </ul> <p>Détails :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 3 jours relations prestataires : prospection, échanges, négociation</li> <li>● Impression pass : prévoir 2 jours relations avec imprimeur et graphiste</li> <li>● Marketing : prévoir équivalent 2 jours relations avec presse, promotion, etc.</li> </ul>	Elargir la carte de réduction chez des prestataires de Bar-le-Duc et ses alentours participants actuellement à l'opération à l'échelle de la destination Barrois : musée, cinéma, théâtre, restaurant, hébergement, etc. L'achat ou l'obtention gratuite (à définir) de la carte permet des tarifs préférentiels chez les prestataires participants.				Délai de réalisation : 2015				
	<b>Budget prévisionnel</b>				<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>				
	Sur 1 an			Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nombre de pass vendus sur l'année</li> <li>● Chiffre d'affaires généré chez les prestataires (et peut-être au sein de l'OTI)</li> </ul>			
				Dépenses	Recettes				
	Moyens humains	Missions prospection, échanges, négociation avec les prestataires	3 jours	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €				
Communication, marketing		2 jours	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €					
Moyens techniques	Conception des pass	Conception graphique, impression	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office via les adhésions	- €					
TOTAL			- €	- €					

« Destination Barrois »  
SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Fiche action n°19

AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE

INTITULE : Imprimer les brochures sur du papier recyclé, encre végétale et intégration d'une charte du tourisme responsable

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission com/marketing

**Partenaires de réalisation :**

A définir

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Dans un souci de développement durable et d'écologie, et pour être en adéquation avec l'image que l'on souhaite donner de la destination (nature préservée, lieu pilote de développement durable, etc.), l'impression des brochures de l'office de tourisme intercommunautaire devrait se faire sur du **papier géré durablement** (papier recyclé par exemple) et sur des **encres respectueuses de l'environnement** (encre végétale par exemple).

Pour favoriser le respect de l'environnement, l'office de tourisme peut véhiculer les idées en introduction ou à la fin de la brochure une "**Charte du touriste responsable**" afin de sensibiliser les touristes.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser les pratiques envers le développement durable, l'écologie, le respect de l'environnement
- Améliorer l'image de la destination

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser				Calendrier et indicateurs				
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Imprimeurs</li> <li>● Associations de protection de l'environnement</li> <li>● ONF</li> <li>● Ministère du Développement durable</li> </ul> <p>Détails : coût de la conception et de l'impression des brochures actuelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Edition FR = 8500€</li> <li>● Conception et māj graphique = 2000€</li> <li>● Impression 26000 ex FR = 4500€</li> <li>● Impression 5000 ex ANG et 3000 ex ALL = 2500€</li> <li>● Traduc = 750+850 = 1600 €</li> <li>● Dépliant des manifestations = 8000€</li> </ul>	Imprimer les brochures actuelles sur du papier recyclé et certifié, encre végétale et y intégrer une "Charte du touriste responsable".				Délai de réalisation : printemps 2016				
	<b>Budget prévisionnel</b>				<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>				
	Sur 1 an			Budget		● Impressions finales			
				Dépenses	Recettes				
	Moyens techniques	Mission communication marketing	Choix de la qualité du papier et de l'encre chez l'imprimeur, prévoir environ 10% de plus	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	-				
Moyens humains	Missions internes de l'office de tourisme	15j	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	-					
Prestations	Communication, marketing	Coût de l'impression pour 1 page supplémentaire dans la brochure touristique (26000 ex, environ 0,30€ la brochure/44p)	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	-					
<b>TOTAL</b>				<b>- €</b>					

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°20**

**AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE**

**INTITULE : Renforcer la coopération de promotion avec les OT des destinations limitrophes**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission marketing/com

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse
- UDOTSI
- FROTSI

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Afin de capter la clientèle touristique des destinations alentours, l'office de tourisme intercommunautaire aura un rôle de communication externe à jouer avec les offices de tourisme alentours.

8 OT à cibler minimum : Saint-Mihiel, Commercy, Verdun, Clermont-en-Argonne, Joinville, Neufchateau, Saint-Dizier, Nancy

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Améliorer la visibilité de la destinations Barrois en s'appuyant sur un partenariat avec les autres offices de tourisme : distribution de brochures, affiches, flyers, etc.

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, touristes des destinations limitrophes

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personnels des offices de tourisme</li> <li>• UDOTSI</li> <li>• FROTSI</li> </ul>	Renforcer la coopération de promotion avec les OT des autres destinations limitrophes			Délai de réalisation : à partir du printemps 2015		
	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
	Sur 1 an			Budget		
				Dépenses	Recettes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de brochures et affiches distribuées dans les autres offices de tourisme</li> <li>• Forfaits de séjour combinés</li> </ul>
	Moyens humains	Communication, marketing	1 réunion par trimestre + 1 point par mois = 12+4 = 16/an	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €	
Prestations	Communication, marketing	Prévoir 1000 brochures pour les 8 OT partenaires alentours, 0,30€ coût d'impression environ	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €		
TOTAL				- €		

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°21**

**AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE**

**INTITULE : Elargir le manuel du partenariat à destination des prestataires à l'échelle du Barrois**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission marketing/com

**Partenaires de réalisation :**

Les adhérents, membres du "Club des Partenaires" (réseau des adhérents)

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Ce guide contiendrait : l'offre touristique présente sur le territoire, les coordonnées des acteurs touristiques, des conseils, une charte qualité, etc.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Favoriser la connaissance de l'offre touristique existante
- Stimuler les prestataires adhérents vers une meilleure cohésion et élévation de la qualité de services

**Cible(s) concernée(s) :**

Habitants, acteurs touristiques du territoire

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser		Calendrier et indicateurs		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestataires adhérents</li> </ul>	Ce guide contiendrait : l'offre touristique présente sur le territoire, les coordonnées des acteurs touristiques, des conseils, une charte qualité, etc.		Délai de réalisation : 2015		
	<b>Budget prévisionnel</b>		<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
	Sur 1 an		Budget		
			Dépenses	Recettes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas d'indicateur en particulier</li> </ul>
	Moyens humains	Missions internes de l'office de tourisme	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €	
Prestations	Communica-tion, marketing	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €		
TOTAL			- €		

« Destination Barrois »  
SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Fiche action n°22

AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE  
INTITULE : Créer des forfaits de séjour thématiques au sein du Barrois

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Affectation : mission production de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse (promotion)
- Prestataires : à identifier
- CCIT de la Meuse
- Chambre des métiers de la Meuse
- Chambre Agri Meuse (thème gastronomique)

**Territoire concerné :** tout le Barrois, possibilité de territorialisation en fonction des prestataires mobilisés

**Contexte et objectif de l'action :**

Les touristes venant dans le Barrois passent actuellement un séjour très court et pour la grande majorité d'entre eux autour de Bar-le-Duc. Ils ne connaissent suffisamment pas les potentialités du reste du territoire. L'objectif est donc de faire découvrir les richesses de tout le territoire du Pays Barrois aux touristes en leur proposant des forfaits de séjour de deux jours en moyenne, sur des thématiques identifiées, clé en main. Il s'agit aussi de leur proposer des circuits thématiques, d'une demi-journée à 1 journée.

**Thématiques à construire par les partenaires :**

- découverte des savoir-faire artisanaux, industriels : exemple: EVOBUS, Bergère de France, les Fonderies de Tréveray, Collinet sièges, etc. mais aussi Pierr'Art, Atelier du Roncier, etc.
- découverte gastronomique : processus de fabrication, visite de sites de production, dégustation, repas en restaurant utilisant des produits locaux : valoriser les labels Meuse et Merveilles, Bienvenue à la Ferme, Qualité Meuse, création de bistros/café de Pays
- découverte histoire et patrimoine : visite de monuments, bâtiments classés ou inscrits, avec guidage : exemples : Tour Valéran, château de la Varenne, tombe de Raymond Poincaré, retable à Mogniéville, le Transi de Ligier Richier, Nasium, Ecurey, maison de la pierre à Brauvilliers, Abbaye de Jovilliers, etc.
- loisirs de plein air : randonnées commentées, canoë sur la Saulx, sentier karstique autour de Robert Espagne, Parcabout en Val d'Ornois, VTT, golf de combles en Barrois, aérodrome des hauts de Chée, etc.
- découverte des énergies renouvelables : parcs éoliens, hydro-électricité à Chaumont sur Aire, méthanisation à Auzécourt, photovoltaïque à la Houquette, etc.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois : passer de durées moyenne de séjour de 0,5 jours à 2 jours minimum
- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Favoriser des retombées économiques aux prestataires touristiques du territoire : fixer la consommation des touristes sur place : passer de 36 % actuellement à 50 %

**Cible(s) concernée(s) :**

Les touristes, la population locale, tout public

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hébergeurs</li> <li>• restaurateurs</li> <li>• entreprises artisanales</li> <li>• exploitations agricoles</li> <li>• industries</li> <li>• associations</li> </ul>	Créer 6 forfaits de séjour, un par territoire intercommunal Créer 12 circuits de découverte, 2 par territoire intercommunal  <p style="text-align: center;"><b>Créer</b></p>			Délai de réalisation : 2015	
	Sur 1 an		Budget		
			Dépenses	Recettes	
Moyens humains	Mission production de l'offre OTI	72j (6j par forfait, 3j par circuit)	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	Environ 150 € le forfait WE x52 week-ends potentiels = 7 800 €	<p><b><u>Indicateurs de résultats et livrables :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de forfaits vendus sur l'année. Essayer de vendre au minimum 1 forfait séjour par week-end, soit <b>52 séjours par an</b></li> <li>• Nombre de documents de promotio distribués, nombre d'articles de presse</li> <li>• Chiffre d'affaires généré</li> </ul>
	Mission communication marketing	24j (2j par forfait, 1j par circuit)	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €	
Moyens techniques	Conception graphique, promotion, presse, supports publicitaires	Coût de l'impression pour 1 page supplémentaire dans la brochure touristique (26000 ex, environ 0,30€ la brochure/44p)	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €	
<b>TOTAL</b>			- €	<b>7 800,00 €</b>	

« Destination Barrois »

**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°23**

**AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE**

**INTITULE : Créer des forfaits de séjour combinés avec les destinations alentours**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire

Personne responsable : Chargé(e) de mission production de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse et/ou Union Départementale des OTSI (UDOTSI) pour la coopération
- OT participants : à définir - a priori : Neufchateau, Joinville, Saint-Dizier, Nancy, Argonne, Verdun, Saint-Mihiel

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Les touristes venant dans le Barrois passent actuellement un séjour relativement court et pour la grande majorité d'entre eux à Bar-le-Duc. Ils connaissent peu les potentialités du reste du territoire. L'objectif est donc de faire découvrir une plus large partie du territoire aux touristes en leur proposant un forfait de séjour thématique clé en main qui se combine avec les destinations alentours. L'idée est au final de capter une clientèle potentielle qui séjourne à proximité du Barrois.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois et/ou capter la clientèle des destinations alentours
- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Favoriser des retombées économiques aux prestataires du territoire

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public

Clientèle des destinations alentours

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs													
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hébergeurs,</li> <li>● restaurateurs,</li> <li>● entreprises artisanales,</li> <li>● fermes,</li> <li>● industries</li> </ul> <p>Détails :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 1 forfait = 7 jours du chargé de mission production de l'offre (5 jours de contact/rencontre des prestataires-OTI alentours + 2 jours de travail sur l'aspect logistique</li> <li>● chargé de mission comm/marketing : 3 jours pour déterminer contenu du document de comm + pages web , 2 jours pour allers-retours avec graphiste, 3 jours de relations presse + publicité</li> </ul>	Créer des forfaits de séjour combinés avec les destinations alentours comme Verdun, Nancy, le lac du Der, Saint-Mihiel, Madine, etc. Objectif possible : un forfait Verdun + un Champagne + un Vosges côté Jeanne d'Arc + un Argonne + un Madine/Saint Mihiel = 5 forfaits Action : - Contact des OTI alentours, des prestataires touristiques alentours - déterminer des contenus thématiques de circuits - déterminer les aspects logistiques : hébergement, restauration, déplacements. - Réaliser la promotion et la commercialisation des forfaits imaginés.			Délai de réalisation : 2016													
	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>													
	Sur 1 an			Budget													
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;">Mission production de l'offre</td> <td style="width: 15%;">7j x 5 forfaits = 35j</td> <td style="width: 15%;">Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office</td> <td style="width: 15%;">Environ 150€ le forfait WE x 52 week-ends potentiels = 7 800 €</td> </tr> <tr> <td>Moyens humains interne à l'OTI</td> <td>Mission communication marketing</td> <td>8j</td> <td>Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office</td> <td>- €</td> </tr> </table>				Mission production de l'offre	7j x 5 forfaits = 35j	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	Environ 150€ le forfait WE x 52 week-ends potentiels = 7 800 €	Moyens humains interne à l'OTI	Mission communication marketing	8j	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €		Dépenses	Recettes	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nombre de forfaits vendus sur l'année</li> <li>● Chiffre d'affaires généré</li> </ul> Essayer de vendre au moins 1 forfait par WE sur l'année, soit <b>52 séjours</b>
					Mission production de l'offre	7j x 5 forfaits = 35j	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	Environ 150€ le forfait WE x 52 week-ends potentiels = 7 800 €									
Moyens humains interne à l'OTI	Mission communication marketing	8j	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;">Conception graphique, promotion, presse, supports publicitaires</td> <td style="width: 15%;">Coût de l'impression pour 1 page supplémentaire dans la brochure touristique (26000 ex, environ 0,30€ la</td> <td style="width: 15%;">Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office</td> <td style="width: 15%;">- €</td> </tr> </table>		Conception graphique, promotion, presse, supports publicitaires	Coût de l'impression pour 1 page supplémentaire dans la brochure touristique (26000 ex, environ 0,30€ la	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €												
	Conception graphique, promotion, presse, supports publicitaires	Coût de l'impression pour 1 page supplémentaire dans la brochure touristique (26000 ex, environ 0,30€ la	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €													
TOTAL			- €	7 800,00 €													

« Destination Barrois »  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°24**

**AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE**

**INTITULE : Installer des bornes interactives touristiques dans les points stratégiques**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission marketing/com

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse et CRT Lorraine (accompagnement base SITLOR)

**Territoire concerné :** chaque intercommunalité du Barrois. **Lieux d'implantation à déterminer :** sortie gare Meuse TGV, vitrine point d'accueil OT à Bar-le-Duc, entrée point d'accueil OT à Ligny-en-Barrois, proximité camping Revigny, proximité musée du cheval Gondrecourt-le-Château, Ecurey, autour d'Ancerville. Autres à définir.

**Contexte et objectif de l'action :**

Pour compléter les heures de fermeture des bureaux d'information touristiques et pour capter une clientèle touristique potentiel aux abords des gares (Meuse TGV - Voie Sacrée par exemple), il peut être pertinent d'implanter des bornes interactives 24h/24 permettant d'accéder à toutes les informations nécessaires sur la destination Barrois (services, commerces, hébergement, restauration, activités de loisirs, événements, etc.). Lieux d'implantation exacts à déterminer.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Capter une clientèle touristique potentielle qui traverse le territoire
- Améliorer l'accueil et les services
- S'adapter à l'évolution du numérique

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale.

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs		
Prestataire pour l'installation et la maintenance des bornes	Installation de bornes numériques interactives à proximité des flux passagers (gares, bureaux d'information touristique, etc.). 8 bornes minimum dont 4 sur l'interco Meuse Grand Sud			Délai de réalisation : 2016		
	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
	Sur 1 an			Budget		
	Moyens matériels	Fourniture de bornes	Location incluant la mise à jour de données, la réparation du matériel	Dépenses 1200 € par an et par borne. 8 emplacements identifiés	Recettes Possibilité de recettes publicitaires à négocier avec le fournisseur de la borne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implantation des bornes</li> <li>• Nombre de connexions sur les bornes</li> </ul>
	Moyens humains	Maintenance	Entreprise de location	1000 € par an environ		
Cahier des charges sur les implantations et le contenu numérique (site web de l'OTI)		3 jours	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	- €		
TOTAL			10 600,00 €	- €		

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°25**

**AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE**

**INTITULE : AMO - Accompagner les intercommunalités dans le développement des équipements touristiques**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire

Personne responsable : Chargé(e) de mission accompagnement de l'ingénierie

**Partenaires de réalisation :**

- Les intercommunalités
- Pays Barrois (à déterminer)

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Dans le cadre de la création de l'office de tourisme intercommunautaire et de la mise en route de la destination Barrois, les collectivités ont exprimé le besoin d'être accompagnées au niveau de l'ingénierie territoriale : réalisations d'études, rédactions de cahiers des charges, appel à des cabinets, accompagnement de certains projets d'équipements touristiques, etc. Dans cette optique, un poste de chargé de mission à l'accompagnement de l'ingénierie devrait être créé au sein de l'office de tourisme intercommunautaire.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Encourager, accompagner les territoires de la destination Barrois dans le développement de certains projets touristiques : accompagnement technique sur la création et la gestion d'équipements, rédactions d'un cahier des charges pour faire appel à un cabinet d'études, etc.

**Cible(s) concernée(s) :**

Les collectivités locales, les intercommunalités

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniciens et agents de développement</li> <li>• Cabinets d'études</li> <li>• Pays Barrois</li> </ul>	Accompagnement technique de l'OTI envers les intercommunalités pour le développement des équipements touristiques			Délai de réalisation : à partir de 2015		
	<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
	Sur 1 an			Budget		à déterminer en fonction des projets
	Moyens humains	Mission AMO	Environ 0,5 équivalent temps plein, soit un mi-temps minimum	Dépenses	Recettes	
TOTAL			Fonctionnement de l'OTI	- €		

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°26**

**AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE**

**INTITULE : Monter un réseau de "Greeters" : habitants bénévoles ambassadeurs de leur territoire**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission animation de l'offre

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse
- Les intercommunalités

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Les habitants sont les meilleurs ambassadeurs de leur propre territoire à destination des touristes. Il faut donc s'appuyer sur eux. Il existe un réseau international en essor nommé "Les Greeters". De nombreuses villes françaises ont rejoint ce réseau, qui démontre également du sérieux dans la manière d'aborder le guidage bénévole (critères à respecter, accompagnement). Le Barrois doit s'appuyer sur cette opportunité pour gagner en visibilité et pour améliorer son image.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Prolonger les séjours des touristes venant dans le Barrois
- Favoriser la mobilité des touristes au sein du territoire barrois
- Favoriser les liens et l'échange entre des habitants passionnés par leur territoire et les touristes

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public, population locale.

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser				Calendrier et indicateurs				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hébergeurs,</li> <li>• restaurateurs,</li> <li>• entreprises artisanales,</li> <li>• fermes,</li> <li>• industries</li> </ul>	Monter un réseau de "Greeters" dans le Barrois. Système d'habitants bénévoles ambassadeurs de leur territoire.				Délai de réalisation : 2019				
	<b>Budget prévisionnel</b>				<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>				
	Sur 1 an			Budget		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de membres participants</li> </ul>			
				Dépenses	Recettes				
	Moyens humains	Missions internes de l'office de tourisme	Relations avec le réseau des greeters	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	-			€	
Prestations	Communication, marketing	Mise à jour site web	Coûts intégrés dans le budget de promotion de l'office	-	€				
TOTAL				-	€				

**« Destination Barrois »**  
**SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

**Fiche action n°27**

**AXE 4 - L'OFFICE DE TOURISME : METTEUR EN SCENE DE L'OFFRE**

**INTITULE : Créer une marque autour de la destination Barrois et faire évoluer les supports de promotion**

Chef de file : Office de tourisme intercommunautaire  
Personne responsable : Chargé(e) de mission marketing

**Partenaires de réalisation :**

- CDT de la Meuse

**Territoire concerné :** tout le Barrois

**Contexte et objectif de l'action :**

Les trois offices de tourisme actuels vont fusionner pour n'en former qu'un seul au 1er janvier 2014. Il est donc nécessaire de mutualiser les informations contenues dans les différents supports de promotions existants (brochures, site Internet, etc.) et de n'en constituer qu'un seul, dans le but d'harmoniser la promotion de la destination Barrois. De même, l'accroche actuelle "Le Jardin Secret de la Lorraine Champenoise" qui ne suscite plus actuellement l'adhésion de la majorité des élus et des acteurs socioprofessionnels du tourisme. Dans le cadre de la mise en place de ce nouvel office de tourisme intercommunautaire et via une nouvelle forme de coopération entre les intercommunalités sur la mise en place de la destination Barrois, il peut être opportun de renouveler le slogan et de réfléchir sur une nouvelle marque autour du Barrois.

**Enjeux et résultats escomptés :**

- Améliorer la visibilité et l'image du Barrois, gagner en cohérence
- Faire évoluer progressivement le contenu du support de promotion de la destination Barrois à la suite de la réorganisation de l'office de tourisme intercommunautaire pour favoriser une nouvelle identité
- Réfléchir sur la promotion et la vente de produits dérivés : T-shirts, stylos, etc.
- Fusion des sites Internet des offices de Revigny-sur-Ornain, Ligny-en-Barrois et Bar-le-Duc, puis création d'un site de la destination Barrois

**Cible(s) concernée(s) :**

Tout public

**Modalités de mise en œuvre de l'action :**

Acteurs mobilisables	Action à réaliser			Calendrier et indicateurs	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tous les acteurs socioprofessionnels du tourisme</li> <li>• Les élus</li> </ul>	Créer une nouvelle marque pour la destination Barrois : slogan, accroche, logo. Faire évoluer le contenu de la brochure de présentation de la destination Barrois Acter la fusion des anciens sites Internets et refonder un nouveau site			Délai de réalisation : 2019	
<b>Budget prévisionnel</b>			<b>Indicateurs de résultats et livrables :</b>		
Sur 1 an			Budget		Adhésion des participants au projet
			Dépenses	Recettes	
Moyens humains	Mission marketing	Ateliers d'analyse et études de propositions avec les élus sans nécessairement passer par un cabinet	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €	
Prestations	Communication, marketing	Changement de logo et de slogan	Coûts intégrés dans le budget de fonctionnement de l'office	- €	
TOTAL				- €	

**LE SCHEMA BARROIS DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE**  
**INTEGRE AUSSI LES PLANS D' ACTIONS LOCAUX EN COURS D'APPLICATION (portés par l'OT de Bar-le-Duc)**  
**PLAN D' ACTIONS DE BAR LE DUC SUD MEUSE 2012 - 2018**

AXE	THEME	INTITULE DE L'ACTION	PLANNING						
			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1 - LE QUARTIER RENAISSANCE : AU CŒUR DE LA STRATEGIE	1.1. ACTIONS D'ANIMATION	<b>1.1.1. Sensibilisation au patrimoine Renaissance</b>							
		a. Organisation de rencontres en direction des acteurs locaux autour du patrimoine Renaissance	X						
		b. Implication des habitants dans les événements "Renaissance 2013" (avec Nancy)		X					
		c. Visites guidées gratuites autour du patrimoine Renaissance		X					
		<b>1.1.2. Renaissance 2013 : point de départ de la stratégie</b>							
		a. Programmation d'un événement à Bar-le-Duc dans le cadre de "Renaissance 2013" (avec Nancy)		X					
		b. Mise en place d'outils structurants de promotion et de valorisation		X					
		c. Mise en place de partenariats et pérennisation		X	X				
		<b>1.1.3. Ouverture ponctuelle des sites privés : événementiel annuel "L'envers du décor"</b>			X				
		<b>1.1.4. Lien avec le patrimoine architectural et naturel de la Vallée de la Saulx</b>							
	a. Événementiel au sein de la vallée de la Saulx dans le cadre de "Renaissance 2013"	X	X	X					
	b. Optimisation de l'application pour smartphone dans la vallée de la Saulx			X		X			
	1.2. ACTIONS DE VALORISATION	<b>1.2.1. Ouverture, valorisation et animation des sites publics</b>							
		a. Etude sur la valorisation des sites publics à travers la mise en place d'outils interactifs de médiation du patrimoine			X	X	X		
		b. Valorisation des remparts			X			X	
		c. Aménagement de l'esplanade du château		X	X	X			
		d. Etude de valorisation du collège Gilles de Trèves		X	X	X	X	X	
		e. Aménagement d'un Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine (CIAP)				X	X	X	
		f. Matérialisation d'un circuit patrimoine piétonnier							X
		g. Mise en lumière du quartier Renaissance							X
h. Définition, conception et réalisation d'un projet touristique de type expérimental				X	X	X	X		
<b>1.2.2. Mise en place d'une démarche de qualité d'accueil</b>									
a. Entretien du quartier Renaissance		X							
b. Accessibilité de l'église Saint Etienne		X					X		
c. Stationnement (en lien avec la requalification de la Ville Haute)		X					X		
d. Signalétique directionnelle		X	X						
e. Point d'informations touristiques (en lien avec la requalification de la Ville Haute)							X		
f. Incitation au développement des commerces ambulants		X							
2 - POSITIONNEMENT SUR DES FILIERES SPECIFIQUES	2.1. ANIMATIONS / EVENEMENTIEL	<b>2.1.1. Coordination de l'animation / événementiel</b>							
		a. Diagnostic sur les intervenants en matière d'animations et événementiels touristiques		X					
		b. Structuration des services intervenant en matière d'animations et événements à dimension touristique			X				
		<b>2.1.2. Accompagnement des événements à vocation touristique</b>							
		a. Etablissement d'une liste d'événements à vocation touristique			X				
	b. Mise en place de plan de promotion et outils marketing				X				
	c. Mise en place d'un fond financier pour encourager les initiatives innovantes en terme d'animation		X						
	<b>2.1.3. 2014-2018 : 100ème anniversaire de la Première Guerre Mondiale</b>								
	a. Mise en place de partenariats en termes de promotion, communication et commercialisation			X	X				
	b. Mise en place d'un événementiel autour du 100e anniversaire				X	X			
	c. Projet "Chemin de Fer Historique de la Voie Sacrée"								
	2.2. TOURISME DE DECOUVERTE ECONOMIQUE	<b>2.2.1. Développement des prestations et produits</b>							
		a. Pérenniser et développer les prestations de tourisme de découverte économique			X	X	X	X	
		b. Etude de potentiel autour de la valorisation du passé industriel, et en particulier un volet autour des inventeurs					X	X	X
	<b>2.2.2. Des produits identitaires, vecteurs de communication</b>				X	X			
2.3. OFFRE DE LOISIRS ACTIFS	<b>2.3.1. Coordination</b>								
	a. Mise en place d'un service en charge des loisirs		X						
	b. Coordination et mise en réseau des prestataires de loisirs			X					
	c. Positionner le golf de Combles-en-Barrois comme locomotive des loisirs				X				
	<b>2.3.2. Développement de prestations</b>								
	a. Relier la voie verte				X	X			
	b. Mise en tourisme des circuits de randonnée pédestre				X	X			
c. Mise en place de prestations de type "sorties nature"				X	X				
<b>2.3.3. Stratégie de promotion et marketing autour de l'offre touristique</b>				X					
3 - ORGANISATION ET ACCOMPAGNEMENT	3.1. ORGANISATION GENERALE	<b>3.1.1. Diagnostic sur l'organisation touristique</b>		X					
		<b>3.1.2. Structuration des services intervenant en matière de développement touristique</b>			X				
	3.2. L'OFFICE DE TOURISME EN INTERNE	<b>3.2.1. Services et missions</b>							
		a. Restructuration des services de l'office de tourisme			X				
		b. Le numérique au cœur de la stratégie d'accueil, d'information et de promotion touristique	X	X		X			
	<b>3.2.2. Professionnalisme et image de la structure</b>								
	a. Mise aux normes du classement de l'office de tourisme		X						
	b. Démarche qualité et obtention de la marque "Qualité Tourisme"	X	X						
	3.3. ACCOMPAGNEMENT ET VALORISATION DES RESEAUX	<b>3.3.1. Sensibilisation auprès des acteurs locaux</b>							
		a. Valorisation des valeurs et de l'identité du territoire					X		
		b. Mise en place d'un réseau social permettant de fédérer les "ambassadeurs du territoire"					X		
		<b>3.3.2. Animation du réseau des restaurateurs</b>							
		a. Mise en place d'un événementiel autour de la gastronomie	X	X					
		b. Mise en place d'un outil commun de promotion			X	X			
		c. Mise en place du label "Villes de Terroir"						X	X
		<b>3.3.3. Politique d'accompagnement en direction des gîtes ruraux et chambres d'hôtes</b>							
		a. Accompagnement général des propriétaires de gîtes ruraux et chambres d'hôtes		X					
		b. Accompagnement technique des propriétaires des gîtes ruraux et chambres d'hôtes			X				
c. Mise en place d'une politique d'aide à l'installation				X					
<b>3.3.4. Accompagner les réflexions sur les aspects d'hôtellerie de plein air</b>									
a. Finalisation et optimisation des aires d'accueil camping-cars					X				
b. Développement de l'aire de services camping-cars de Bar-le-Duc				X	X				
c. Développement et création potentielle d'un camping ou résidences de loisirs	X	X	X						
<b>3.3.5. Inscrire le territoire dans une logique de réseaux</b>									
a. Inscrire le territoire dans les dynamiques départementales		X							
b. Inscrire le territoire dans les dynamiques régionales		X							
c. Inscrire le territoire dans les dynamiques nationales		X							
d. Mettre en place et/ou pérenniser des partenariats avec des villes ou établissements ciblés	X	X	X	X					
e. Positionner Bar-le-Duc comme porte d'entrée de la Lorraine							X		

**PLAN D' ACTIONS DU VAL D'ORNOIS 2010 - 2016**

AXE	THEME	INTITULE DE L'ACTION	PLANNING						
			2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1 - RENCONTRES AU SEIN D'UN RESEAU	1.1. CREATION ET FEDERATION D'UN RESEAU DE PROFESSIONNELS DU TOURISME ET ACCOMPAGNEMENT	1.1.1. Mise en place d'un réseau de professionnels du tourisme	X	X	X				
		1.1.2. Renforcer la démarche adhérent de l'office de tourisme		X	X	X			
		1.1.3. Organisation de réunions d'information publiques	X	X					
	1.2. VALORISATION DES RESEAUX	1.1.4. Création d'un document de communication par les membres du réseau		X	X	X			
		1.2.1. Diagnostic général de la signalétique du territoire		X	X	X			
2 - RENCONTRE DE L'ART ET DE LA NATURE	2.1. MISE EN VALEUR DES CIRCUITS DE RANDONNEES	1.2.2. Valorisation des filières chasse et pêche			X	X			
		1.2.3. Développement des Journées Portes Ouvertes Entreprises		X	X				
		2.1.1. Diagnostic et entretien des circuits pédestres et vélos existants	X	X	X	X	X		
		2.1.2. Etude sur la possibilité de réaliser une carte des circuits de randonnée du territoire		X		X	X	X	
	2.2. NATURE, ART ET DEVELOPPEMENT DURABLE	2.1.3. Proposition de diversification des circuits de randonnée par différentes thématiques			X	X			
		2.1.4. Etude sur la possibilité de prolonger la voie verte			X	X	X		
		2.1.5. Travailler autour de la thématique du cheval		X	X				
		2.2.1. Mise en place d'un événementiel fort sur la thématique de l'art et du développement durable			X	X	X		
		2.2.2. Faire monter en puissance des événements existants du territoire		X	X				
		2.2.3. Ouvrir les exploitations agricoles au public		X	X	X			
		2.2.4. Valorisation des bâtiments industriels du territoire		X	X	X	X		
		2.2.5. Etude d'opportunité sur l'aménagement d'une structure d'hébergement originale sur un positionnement durable		X	X	X			
3 - RENCONTRES AVEC L'EXTERIEUR	3.1. DEVELOPPEMENT DE PARTENARIATS AUTOUR DE THEMATIQUES	2.2.6. Etude sur la création d'un rallye GPS éco sur la thématique "art et écologie"				X	X	X	
		2.2.7. Etude d'opportunité sur une offre de loisirs complémentaires		X	X	X			
	3.2. DEVELOPPEMENT DE PARTENARIATS PROFESSIONNELS	2.2.8. Etude sur la mise en valeur du musée du Cheval		X	X				X
		3.1.1. Création de partenariats avec le laboratoire de Bure				X			
		3.1.2. Mise en valeur des éléments industriels du territoire		X			X		