



TOURISME



Schéma départemental de développement touristique de la Haute-Marne 2017-2021

Sommaire

Préambule	3
La Haute-Marne en chiffres	5
Les trois temps forts des assises du tourisme	8
Les caractéristiques de la Haute-Marne	11
Les quatre territoires	13
Action 1 - Gouvernance du tourisme et cohérence territoriale	19
Action 1-1 Gouvernance du tourisme - cohérence territoriale	20
Action 1-2 Gouvernance du tourisme - cohérence territoriale - Les missions du tourisme	21
Action 2 - Renforcer l'attractivité touristique du département par ses territoires	23
Action 2-1 Renforcer l'attractivité touristique du département autour du Lac du Der	24
Action 2-2 Renforcer l'attractivité touristique du département autour de Colombey-les-Deux-Églises	25
Action 2-3 Renforcer l'attractivité touristique du département autour de Langres	28
Action 2-4 Renforcer l'attractivité touristique du département autour de Bourbonne-les-Bains	31
Action 2-5 L'archéologie	32
Action 2-6 Modernisation de l'hébergement haut-marnais	33
Action 3 - Promouvoir la Haute-Marne auprès des haut-marnais pour mettre en avant l'excellence et les savoir-faire des territoires	34
Action 3-1 Ambassadeurs haut-marnais	35
Action 3-2 Promouvoir le « made in Haute-Marne »	36
Action 4 - Améliorer la signalisation touristique	37
Action 4-1 Panneaux d'animation touristique	38
Action 4-2 Relais d'Information Service (RIS)	39
Action 4-3 Signalisation d'itinéraires touristiques	40
Action 5 - Disposer d'un observatoire départementale du tourisme en Haute-Marne	41

Fort de ses richesses naturelles et patrimoniales, de ses savoir-faire et de sa gastronomie, le département de la Haute-Marne dispose d'indéniables atouts touristiques.

La mobilisation des acteurs du tourisme est déjà importante et elle doit encore s'amplifier dans les prochaines années avec notamment l'ouverture du Parc national des forêts de Champagne et Bourgogne, ainsi que les projets de développement touristique autour de Langres, du lac du Der, de Bourbonne-les-Bains, de Colombey-les-deux-Églises et de Châteauvillain à travers la station touristique Animal'Explora.

L'assemblée départementale a placé l'attractivité du territoire comme action prioritaire en renforçant l'identité et la notoriété de la Haute-Marne.

Le nouveau schéma de développement touristique 2017 - 2021 doit permettre d'impulser de nouveaux objectifs stratégiques en matière touristique pour développer l'attractivité du territoire haut-marnais, l'enjeu étant de faire du tourisme un véritable levier de développement économique.

Les ambitions à partager avec celles de la Région Grand Est (Alsace, Champagne-Ardenne, Lorraine) doivent mettre en avant le tourisme et le territoire haut-marnais.

Le précédent schéma s'est attaché à :

- ⇒ Soutenir des projets de qualité (exigence de certains labels, de titres...),
- ⇒ Favoriser l'accessibilité, notamment pour les personnes à mobilité réduite,
- ⇒ Inscrire chaque action dans une démarche de développement durable,
- ⇒ Équilibrer les territoires.

Pour mener à bien ces actions, des aides financières spécifiques encadrées par des règlements particuliers ont été mises en place :

- ↳ Hôtellerie de tourisme et restauration,
- ↳ Meublés, gîtes de groupe et chambres d'hôtes labellisés,
- ↳ Hôtellerie de plein air, villages de vacances, résidences de tourisme et hébergements insolites,
- ↳ Aménagement et valorisation de circuits inscrits au Plan départemental des itinéraires de promenades et de randonnées (PDIPR),
- ↳ Aide aux syndicats mixtes d'aménagement touristique.

Au 31 décembre 2014, le département de la Haute-Marne comprenait :

- 67 hôtels (dont 43 hôtels classés) : 5 classés une étoile, 17 classés deux étoiles, 21 classés trois étoiles, répartis de la façon suivante :
 - arrondissement de Saint-Dizier: 24 %,
 - arrondissement de Chaumont : 36 %,
 - arrondissement de Langres 40 %,
- 207 meublés labellisés (il s'agit d'hébergements de qualité destinés à la location touristique),
- 70 chambres d'hôtes labellisées (ce sont des chambres dans le logement même du propriétaire, offrant le coucher et le petit déjeuner, la table d'hôtes le cas échéant),
- 10 gîtes de groupe labellisés. Ils se situent exclusivement dans le nord (4) et le sud du département (6), la partie centrale du département en étant dépourvue.
- 28 campings dont une résidence de tourisme, (16 campings non classés, 1 classé une étoile, 1 classé deux étoiles, 6 classés trois étoiles, 2 classés quatre étoiles, 2 classés cinq étoiles),
- 27 aires de camping-cars,
- 349 meublés de tourisme à Bourbonne-les-Bains.

Entre 2001 et 2014, le département a apporté des aides aux hébergements touristiques pour un total de 2,9 M€ sur 22,4 M€ de travaux :

hôtels classés :	797 657 €	meublés labellisés :	739 267 €
chambres d'hôtes labellisées :	282 137 €	gîtes de groupe :	49 668 €
hôtellerie de plein air :	632 871 €	restaurants :	414 454 €

LA HAUTE-MARNE EN CHIFFRES

Chiffres clés 2015

Hôtellerie

La Champagne-Ardenne a atteint 2,9 millions de nuitées en 2015 pour l'hôtellerie, soit une baisse de -3,16 % par rapport à 2014.

Les nuitées françaises baissent de -3,79 % et les nuitées étrangères reculent de -1,57 %.

Haute-Marne : - 7,95 %
Ardennes : - 6,50 %
Marne : - 3,37 %
Aube : + 1,33 %

Hôtellerie de plein air (campings)

En région Champagne-Ardenne, les nuitées en hôtellerie de plein air progressent de + 1,78 %.

Les nuitées françaises augmentent de +4,58 % et les nuitées étrangères sont assez stables : - 0,30 %.

Haute-Marne : + 0,42 %
Ardennes : + 3,23 %
Marne : + 12,62 %
Aube : - 5,95 %

Nuitées en hôtellerie 2015 :

Marne	1 562 203
Aube	710 107
Haute-Marne	333 586
Ardennes	302 901

Nuitées en hôtellerie de plein air 2015 :

Haute-Marne	185 403
Ardennes	147 683
Aube	156 168
Marne	137 554

Les gîtes et chambres d'hôtes 2015

Estimation annuelle de 100 000 nuitées. Les gîtes en service réservation de la Maison départementale du tourisme totalisent **44 717 nuitées en 2015 (+ 7 %)**.

Très bonne saison pour les gîtes avec une moyenne de **16,84 semaines** louées par gîte en Haute-Marne.

LA HAUTE-MARNE EN CHIFFRES

Les fréquentations en 2015

Événementiels :

- Musical été : 60 000 spectateurs
- Trois scènes : 62 000 spectateurs
- Festival de la photo animalière à Montier-en-Der : 37 100 visiteurs (46 000 visiteurs en 2014)
- Festival le Chien à Plumes : 15 000 visiteurs en moyenne (24 000 en 2016)
- Salons du plaisir de chasse : 18 000 visiteurs

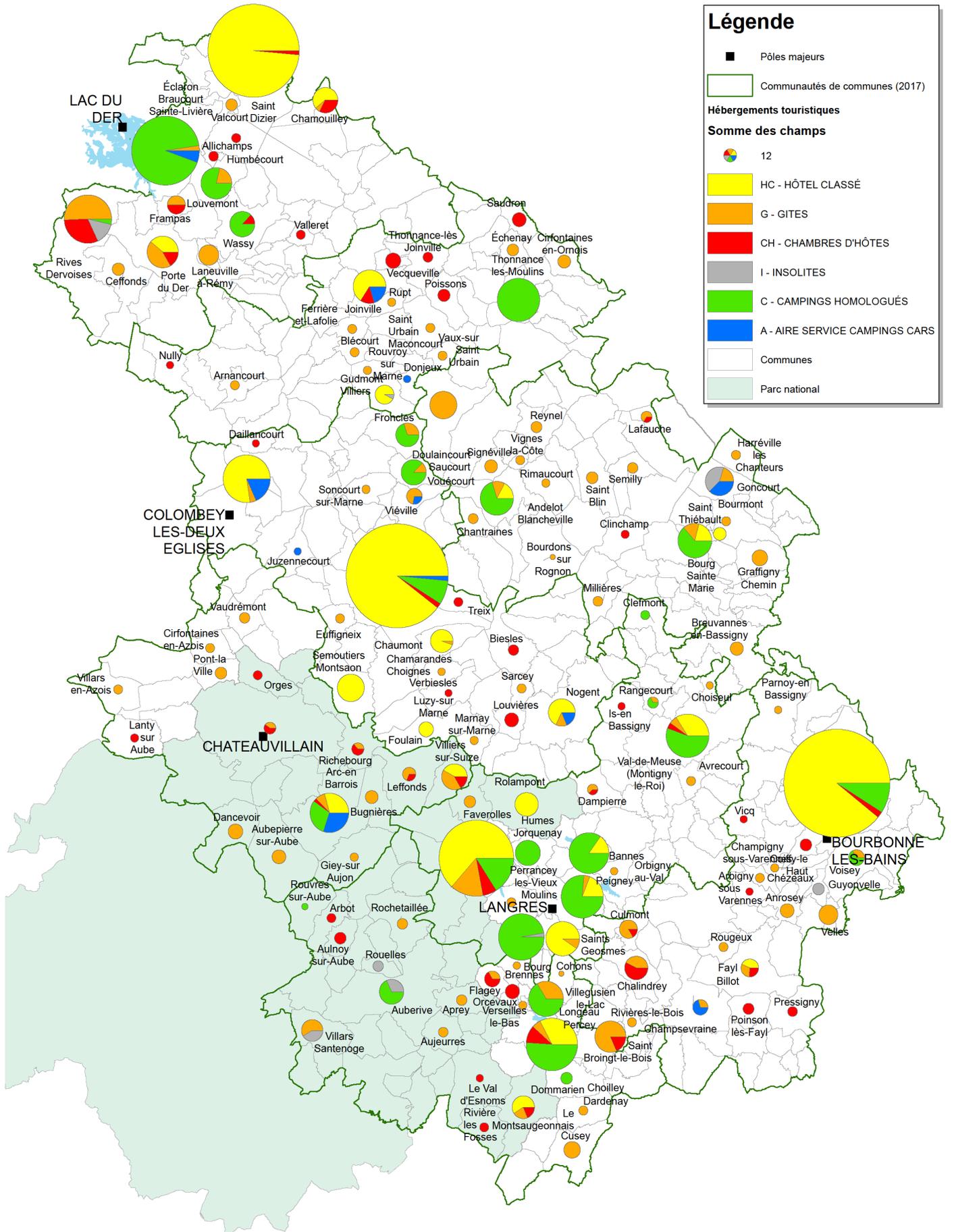
Patrimoine :

- Mémorial : 65 000 visiteurs
- La Boisserie : 47 200 visiteurs
- Langres et les remparts : 150 000 visiteurs
- Château de Joinville : 13 800 visiteurs
- Château de Cirey-sur-Blaise : 4 900 visiteurs

Au 1er janvier 2016 , on recense :

- ⇒ 61 hôtels classés, labellisés
- ⇒ 143 gîtes/gîtes de groupe
- ⇒ 176 chambres d'hôtes
- ⇒ 28 hébergements insolites
- ⇒ 27 campings
- ⇒ 27 aires de service camping-cars
- ⇒

Hébergements touristiques (2016)



LES TROIS TEMPS FORTS DES ASSISES DU TOURISME

La volonté du Conseil départemental de la Haute-Marne a été de faire participer le plus grand nombre d'acteurs du tourisme et d'élus à la préparation de la nouvelle stratégie départementale du tourisme pour les années 2017-2021.

1 - L'envoi d'un questionnaire aux élus et acteurs du tourisme,

2 - La présentation de l'étude de la DATAR et du Cabinet GMV Conseil Marketing « Tourisme rural, état des lieux et évaluation des attentes des clientèles potentielles ».

3 - L'organisation de cinq ateliers sur le développement du tourisme en Haute-Marne avec les thèmes suivants :

- ↳ stratégie à moyen et long terme pour le développement touristique du territoire
- ↳ gouvernance des acteurs du tourisme et expertise
- ↳ image et promotion touristique
- ↳ animation des territoires, accueil et information
- ↳ aménagement - développement

Les orientations issues des travaux menés lors des assises

(3 mai 2013 au 5 septembre 2014)

- 1 - Avoir une organisation des acteurs du tourisme plus performante et capable de s'adapter aux évolutions du secteur et à la recherche d'économie par la mutualisation,
- 2 - Définir les objectifs à atteindre et disposer d'un observatoire départemental pour contrôler les résultats,
- 3 - Développer l'événementiel pour gagner en notoriété,
- 4 - Renforcer l'attractivité du territoire grâce aux pôles majeurs.

Les conclusions du séminaire départemental de modernisation des politiques publiques

(13 octobre 2015)

- 1 - Conforter la Maison départementale du tourisme dans la nouvelle donne touristique régionale : partenariats et mutualisations à envisager avec les CDT voisins,
- 2 - Définir une meilleure identité et renforcer l'attractivité haut-marnaise en s'appuyant sur le projet Animal Explora et le Parc National (transversalité entre commissions),
- 3 - Syndicats mixtes à vocation touristique : encourager l'initiative privée, pour prendre le relais des investissements publics réalisés depuis 20 ans ; à terme, l'objectif est le retrait du département du fonctionnement de ces structures,
- 4 - Engager une réflexion avec le GIP Haute-Marne pour consacrer une fraction de ses ressources à destination de projets touristiques à fort impact économique.

Le schéma départemental touristique de la Haute-Marne doit :

- ↪ avoir une gouvernance du tourisme, tenant compte des évolutions institutionnelles issues de la loi NOTRe du 7 août 2015 :
 - ↪ *Maison départementale du tourisme (MDT)*,
 - ↪ *offices de tourisme (OTSI)*,
 - ↪ *comité régional du tourisme (CRT)*,
- ↪ décliner des orientations visant à renforcer l'attractivité du département par ses territoires et à concourir au développement économique,
- ↪ promouvoir la Haute-Marne auprès des Haut-Marnais,
- ↪ améliorer la signalisation touristique,
- ↪ disposer d' un outil d'observation départementale du tourisme,

La Haute-Marne se caractérise par :

Événementiels :

- Trois scènes, Musical été, théâtre à Saint-Dizier
- Festival de la photo animalière à Montier-en-Der
- Festival le Chien à Plumes...

Savoir-faire :

- Coutellerie
- Vannerie
- Fonderie d'Art
- Tourisme industriel...

Produits du terroir :

- Champagne
- Vin du Montsaigeonnais
- Vin de Coiffy
- Fromage de Langres
- Truffe
- Bière...

Bien-être :

- Thermalisme

Patrimoine :

- Colombey-les-Deux-Églises : Mémorial, La Boisserie...
- Remparts de Langres
- Château de Joinville
- Château de Cirey-sur-Blaise
- Abbaye d'Auberive
- Abbatiale de Montier-en-Der
- Viaduc de Chaumont
- Petites cités de caractère
- Pays d'Art et d'Histoire
- Patrimoine industriel et technique
- Canal entre Champagne et Bourgogne
- Musées ...

Archéologie :

- Villa gallo-romaine à Andilly-en-Bassigny
- Mausolée gallo-romain à Faverolles
- Les Crassés à Saint-Dizier
- Langres
- Bourbonne-les-Bains
- Abbaye de Morimond...

Nature :

- Jardins remarquables
- Randonnée
- Lacs
- Forêts...

Quatre territoires touristiques majeurs « destinations » :

- ☛ Lac du Der/Saint-Dizier, Blaise et Der/Joinville
- ☛ Colombey-les-Deux-Églises/Animal Explora / Parc national
- ☛ Langres et ses remparts
- ☛ Bourbonne-les-Bains/Fayl-Billot

Ces quatre territoires pourraient s'inscrire dans une démarche de la **Région Grand Est** qui, dans son futur schéma touristique, intégrerait des filières thématiques regroupant les richesses des dix départements, notamment autour des **lacs** (avec Madine, Gérardmer, Forêt d'Orient), le **thermalisme** (avec les stations vosgiennes, alsaciennes, Amnéville et bientôt Nancy), le **tourisme de Mémoire** (avec le Mémorial de Verdun, Mémorial d'Alsace, Moselle, le Struthof,...) et la **valorisation du patrimoine** (fort de Sedan, châteaux, villes historiques).

La filière oenotouristique est aussi à prendre en compte avec notamment la destination « la Champagne ».

Un territoire se compose ou doit se composer :

- ↳ d'un pôle d'attractivité touristique reconnu qui génère des séjours,
- ↳ des offres complémentaires pour les touristes et les excursionnistes,
- ↳ d'une promotion/communication touristique,
- ↳ d'un accueil des touristes.

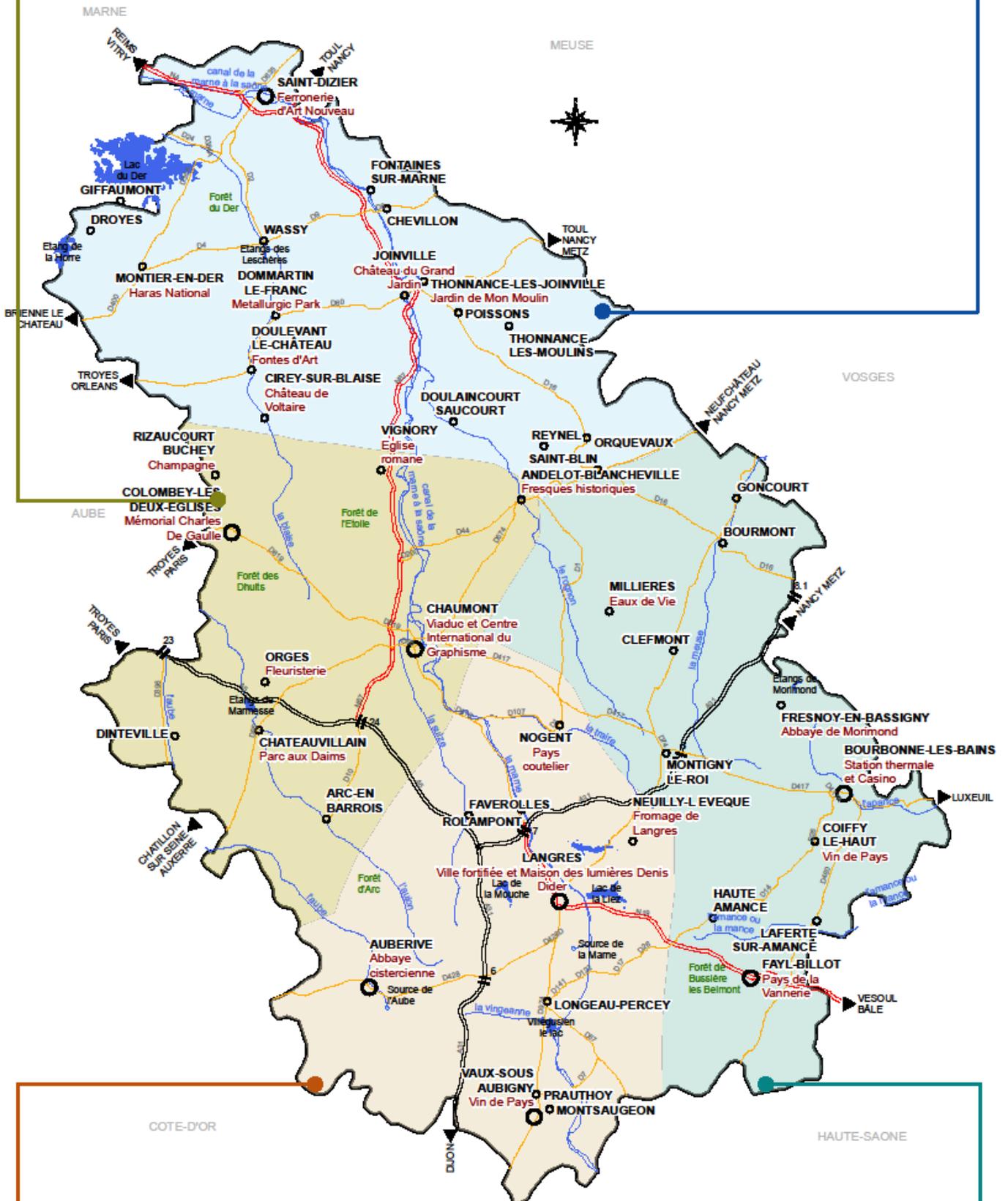
Le schéma doit définir la position marketing de chaque territoire en fonction des potentiels, de la concurrence et des moyens à disposition, et définir des objectifs de résultats quantifiables.



AUTOUR DE COLOMBEY LES-DEUX-EGLISES



AUTOUR DU LAC DU DER



AUTOUR DE LANGRES



AUTOUR DE BOURBONNE-LES-BAINS

AUTOUR DU LAC DU DER

Pôle d'attractivité

Lac du Der



Offres complémentaires

- ↪ Château du Grand Jardin : Joinville
- ↪ Les Jardins de mon moulin : Thonnance-les-Joinville
- ↪ Petites cités de caractère : Joinville
- ↪ Métallurgic Park : Dommartin-le-Franc
- ↪ Château : Cirey-sur-Blaise
- ↪ Haras national, Abbatiale : Montier-en-Der
- ↪ Musée protestant : Wassy
- ↪ Évènementiel : Trois scènes, Musical été, théâtre) : Saint-Dizier, festival de la photo animalière, courses hippiques : Montier-en-Der

Promotion/communication Touristique

- ↪ Maison départementale du tourisme
- ↪ Collectivités locales

Projets sur le territoire

- ↪ Lac du Der : nouveaux hébergements (Hôtel), golf, centre aquatique
- ↪ Archéologie : musée à Saint-Dizier et animations départementales
- ↪ Labellisation Pays d'art et d'histoire

Accueil/animation

- ↪ Offices de tourisme

Objectifs 2017-2021

- ↪ Créer des équipements au Lac du Der (privés)
- ↪ Renforcer la mise en tourisme du château du Grand Jardin à Joinville
- ↪ Diversifier les activités des haras de Montier-en-Der
- ↪ Festival de la photo animalière de Montier-en-Der : rester leader en Europe et mettre en valeur cette thématique
- ↪ archéologie : s'inscrire dans la perspective de la région Grand Est en construisant des

AUTOUR DE COLOMBEY-LES-DEUX-ÉGLISES

Pôle d'attractivité

Colombey-les-Deux-Églises

- ⇒ Mémorial Charles de Gaulle
- ⇒ Croix de Lorraine
- ⇒ La Boisserie
- ⇒ Village et territoires de proximité
- ⇒ Son et Lumière, expositions



Offres complémentaires

- ↳ Le champagne : Argentolles, Rizaucourt
- ↳ Forêts : Châteauvillain, Arc-en-Barrois, Colombey (les Dhuys)
- ↳ Centre national du Graphisme « Le Signe » et festival de l'affiche : Chaumont
- ↳ Petites cités de caractère : Vignory, Châteauvillain
- ↳ Fleuristerie : Orges
- ↳ Golf : Arc-en-Barrois

Promotion/communication Touristique

- ↳ Département de la Haute-Marne via la Maison départementale du tourisme
- ↳ Commune de Colombey-les-Deux-Églises

Projets sur le territoire

- ⇒ Animal explora
- ⇒ Parc National
- ⇒ Destination la Champagne
- ⇒ Salle multi-activités de Chaumont pour développer l'événementiel

Accueil/animation

- ↳ Offices de tourisme

Objectifs 2017-2021

- ↳ Asseoir la politique culturelle et événementielle du Mémorial Charles de Gaulle
- ↳ Maintenir et compléter la scénographie du Mémorial Charles de Gaulle
- ↳ Concourir à l'animation et à la promotion de la station Animal Explora
- ↳ Renforcer l'hébergement au sein du Parc National (au-delà de la résidence hôtelière du ressort d'Animal Explora)

AUTOUR DE LANGRES

Pôle d'attractivité

LANGRES (remparts, cathédrale, musées...)

LES QUATRE LACS



Offres complémentaires

- ☛ Abbaye : Auberive
- ☛ Jardins : Cohons
- ☛ Archéologie : Andilly-en-Bassigny, Faverolles
- ☛ Coutellerie : Nogent
- ☛ Château : Le Pailly
- ☛ Accrobranches : Saints-Geosmes
- ☛ Vins : Montsaugéon
- ☛ Fromages de Langres
- ☛ Événementiel : Festival le Chien à Plumes, Tintamars, Festival Bernard Dimey....

Promotion/communication Touristique

- ↳ Maison départementale du tourisme
- ↳ PETR du pays de Langres

Projets sur le territoire

- ⇒ Schéma touristique du Pays de Langres
- ⇒ Hôtel Ibis budget à Langres

Accueil/animation

- ↳ Offices de tourisme

Objectifs 2017-2021

- ↻ Conforter la mise en tourisme des remparts et du patrimoine
- ↻ Renforcer l'image de Langres par l'événementiel
- ↻ Développer le festival du Chien à Plumes et de la Niche

AUTOUR DE BOURBONNE-LES-BAINS

Pôle d'attractivité

Station thermale de BOURBONNE-LES-BAINS



Offres complémentaires

- ↪ Vannerie : Fayl-Billot
- ↪ Petites cités de caractère : Bourmont
- ↪ Sources de la Meuse : Pouilly-en-Bassigny
- ↪ Vins : Coiffy-le-Haut
- ↪ Divine Fromagerie : Illoud

Promotion/communication Touristique

- ↪ Maison départementale du tourisme

Accueil/animation

- ↪ Offices de tourisme
- ↪ Casino Émeraude
- ↪ Valvital

Projets

- ↪ Diversification de la station thermale de Bourbonne-les-Bains
- ↪ La Meuse à vélo (France, Belgique, Pays-Bas)

Objectifs 2017-2021

- ↪ Accompagner la station de Bourbonne-les-Bains dans sa diversification
- ↪ Améliorer l'hébergement à Bourbonne-les-Bains
- ↪ Saisir l'opportunité de la Meuse à Vélo (signalétique et promotion)
- ↪ Intégrer le réseau des stations thermales de l'Est de la France

Dans le cadre de ce schéma, la Haute-Marne a pour ambition d'augmenter :

⇒ **les nuitées marchandes (650 000 en 2015)**

800 000 en 2021

1 000 000 en 2025

⇒ **La durée du séjour (1,5 jour en 2015)**

2 jours minimum en 2021.

Action 1

Gouvernance du tourisme et cohérence territoriale

Le contexte

Suite aux évolutions institutionnelles issues de la loi NOTRe, de nombreux changements sont intervenus ou vont intervenir dans le domaine du tourisme.

Le tourisme reste une compétence partagée (Régions/Départements/Communautés de Communes). Mais la compétence « tourisme » passe de l'échelon communal à l'échelon intercommunal, sauf pour les stations de tourisme (cas de Bourbonne-les-Bains).

Ce transfert doit être effectif au 1^{er} janvier 2017.

Le Nord du Département va connaître un regroupement des offices de tourisme de Saint-Dizier Der et Blaise, Montier-en-Der, le lac du Der et Vitry le François.

A Langres, l'office de Tourisme va devenir un EPIC et sera de la compétence de la Communauté de Communes du « Grand Langres ».

L'agglomération de Chaumont va absorber le Pays Nogentais et celui de Bologne-Vignory-Froncles.

Au niveau de la région Grand Est, les trois Comités Régionaux du Tourisme (Alsace/Champagne-Ardenne/Lorraine) sont maintenus. Le tourisme est un sujet abordé en CTAP (Commission Territoriale de l'Action Publique).

Il est donc important de rappeler au niveau régional que le Département de la Haute-Marne, appuyé par les Communautés de communes et d'agglomérations, souhaitent faire du tourisme un levier de développement économique.

Il est nécessaire de montrer une véritable synergie autour du tourisme et une cohérence des acteurs dans leurs actions.

Le nouveau Schéma départemental est l'occasion, avec la réorganisation territoriale, d'identifier les priorités et de mutualiser les moyens pour gagner en efficacité.

Les missions et services à couvrir :

La qualification de l'offre touristique (ingénierie touristique)

La promotion / communication

La commercialisation

L'accueil / l'information

Les visites des territoires et les animations locales pour le grand public

Les acteurs institutionnels concernés en Haute-Marne :

La Maison départementale du tourisme (dont les Gîtes et Chambres d'hôtes labellisés et les hôtels Logis)

Les offices de tourisme

Les Syndicats mixtes et PETR

Action 1 - 1

Gouvernance du tourisme et cohérence territoriale

Intitulé : Organisation territoriale du tourisme

Objectif : Mutualiser l'ensemble des moyens pour couvrir toutes les missions du tourisme

Projet : **Fédérer les acteurs du tourisme**
Intégrer au sein de la Maison départementale du tourisme un pôle «office du tourisme » pour la mise en oeuvre des projets territoriaux, apporter une ingénierie aux acteurs du tourisme et coordonner les actions menées.

Calendrier : Poursuite des actions en cours et mise en oeuvre de nouvelles décisions en 2017 jusqu'en 2021 grâce aux stratégies arrêtées en concertation.

Moyens humains et techniques :

Maître d'ouvrage : Maison départementale du tourisme

Maîtres d'oeuvre : Maison départementale du tourisme, offices de Tourisme.

Partenaires : Offices de tourisme de France, Fédération Régionale Champagne- Ardenne (ex FROTSI pour la formation). Syndicats mixtes. PETR, Chambre de commerce et d'industrie

Action 1 - 2

Gouvernance du tourisme et cohérence territoriale les missions du tourisme

Aménagement/Développement : chef de file : la Maison départementale du tourisme

Qualification de l'offre :

- ☛ Labellisation des Gîtes de France et Clévacances
- ☛ Promotion hôtels Logis
- ☛ Fleurissement (organisation des concours, visites, formations, accompagnements)
- ☛ PDIPR (Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée)
- ☛ Tourisme & Handicap

Conseil / étude pour les collectivités, les privés et le Conseil départemental

sur tout type de dossiers touristiques

Participation à des groupes de travail régionaux (Parc National, code de marque la Champagne, destination la Champagne, thermalisme...)

La promotion et la communication départementale :

Définir les axes stratégiques départementaux prioritaires en fonction des orientations arrêtées par le Conseil départemental en cohérence avec les actions des territoires et en concertation avec la Région Grand Est.

Mutualisation des outils internet : plateforme de la Maison départementale du tourisme

Actions engagées depuis 2012 par la Maison départementale du tourisme avec création d'une base de données départementale partagée avec les offices de tourisme ayant adhéré au système. 8 offices de tourisme sur 10 utilisent la plateforme de la Maison départementale du tourisme. Économies importantes pour les offices de tourisme et gain de temps pour tous les acteurs qui partagent les données.

Un club utilisateur Maison départementale du tourisme/offices de tourisme a été créé.

Editions / Salons : coordination de la Maison départementale du tourisme.

Renforcer davantage les actions départementales et chercher à être complémentaire sur ces deux thématiques. Se regrouper sur des actions extérieures (exemple : salon des vacances à Bruxelles). Porter des projets départementaux sur les éditions (activités, thématiques, pass tourisme...).

Publicité :

La Maison départementale du tourisme travaille en concertation avec le Département pour fixer les priorités (exemple : Mémorial Charles de Gaulle).

Les conventions de partenariat passées avec la ville de Langres et la station thermale de Bourbonne-les-Bains et des événements phares (Chien à Plumes, Festival de la Photo de Montier-en-Der, Festival de la Truffe...) doivent se poursuivre et se développer avec d'autres acteurs (labels, collectivités ou offices de tourisme).

Commercialisation : renforcement de l'action départementale

La Maison départementale du tourisme dispose :

- de l'autorisation de commercialiser,
- d'un logiciel de réservation,
- d'un service de réservation pour les individuels,
- et d'un service commercial pour les groupes.

En s'appuyant sur l'organisation actuelle de la Maison départementale du tourisme et en coordonnant davantage les actions de prospection, de démarchage, de relance avec les offices de tourisme et les lieux d'accueils, le Département pourrait gagner en visibilité et en efficacité.

Accueil / information : chef de file, les offices de tourisme

Rouage essentiel de l'activité touristique, l'accueil doit se professionnaliser au fil des ans. Des actions de formation ont été entreprises avec la FROTSI (Fédération Régionale des OT-SI), aujourd'hui Offices de Tourisme de France – Fédération Régionale Champagne-Ardenne. Besoin de maîtriser les langues étrangères et les outils internet, de connaître l'offre touristique de l'ensemble du département pour mieux conseiller les visiteurs et les touristes.

Travailler au développement d'outils communs pour analyser le nombre de visites, les renseignements les plus demandés, l'origine géographique des visiteurs, etc.

Visites des territoires et animations locales auprès du grand public :

chef de file, les offices de tourisme

Si l'accès aux informations touristiques se fait de plus en plus par le numérique, il existe toujours une demande de la part des touristes de découvrir des sites, des villes, des savoir-faire, grâce à des guides touristiques ou des rencontres.

Les offices de tourisme de la Haute-Marne organisent ponctuellement ou régulièrement des visites, et des sorties pour les touristes.

Un travail de concertation, de mobilisation et de partage pourrait créer une plus grande dynamique autour des visites et rendre le territoire plus attractif par son animation.

L'ensemble des offices de tourisme, la Maison départementale du tourisme et les autres partenaires pourraient renforcer la communication des visites.

Action 2

Renforcer l'attractivité touristique du département par ses territoires

Le contexte

Quatre territoires majeurs ont été définis en VI^e Commission du Conseil départemental de la Haute-Marne :

- Le Lac du Der / Saint-Dizier et Blaise / Joinville
- Colombey-les-Deux-Eglises / Animal Explora / Parc National
- Langres et Pays de Langres / Montsaigeonnais
- Bourbonne-les-Bains / Fayl-Billot

Un territoire se compose ou doit se composer :

- d'un pôle d'attractivité touristique reconnue qui génère des séjours
- des offres complémentaires pour les touristes et les excursionnistes
- d'une promotion/communication touristique
- d'un accueil des touristes

Le schéma doit définir la position marketing de chaque territoire en fonction des potentiels, de la concurrence et des moyens à disposition, et définir des objectifs de résultats quantifiables.

Action 2-1

Renforcer l'attractivité touristique du département autour du Lac du Der

Création d'équipements au Lac du Der

Accompagner les investisseurs privés dans leur installation autour du Lac du Der dans le cadre de la programmation définie par le Syndicat du Der.

Le schéma départemental s'inscrit dans cette démarche et les services du Département ainsi que la Maison départementale du tourisme peuvent collaborer dans la recherche d'investisseurs et présenter le potentiel du Lac du Der au sein du département.

Les projets à long terme : compléter l'offre d'hébergements (hôtels, village de vacances), création d'un golf 9 trous et d'un centre aquatique.

La stratégie de communication devra être également arrêtée avec l'ensemble des partenaires (Syndicats Mixtes, Conseils départementaux, Maison départementale du tourisme de la Haute-Marne, Agence de développement touristique de la Marne, Offices de Tourisme, partenaires privés...).

Diversifier les activités des haras de Montier-en-Der

Le patrimoine des haras nationaux à Montier-en-Der est un bâti exceptionnel qui nécessite des investissements importants pour une transformation en lieu d'hébergement touristique complété par des activités équestres.

Dossier en cours d'étude. Le schéma départemental pourra flécher une aide à la communication/promotion du nouveau site via la Maison départementale du tourisme, ainsi qu'à la commercialisation, via le service réservation de la Maison départementale du tourisme.

Développement autour du Festival de la Photo Animalière de Montier-en-Der

Deux axes de travail au sein du schéma départemental d'accompagnement :

- ↳ Promotion / communication du festival via les services de la Maison départementale du tourisme
- ↳ Création d'autres événements, stages à partir de cette thématique à Montier-en-Der et sur d'autres sites en Haute-Marne (par exemple au sein du Parc National ou de la station Animal Explora).

Partenariats à poursuivre entre l'AFPAN, le Conseil départemental, la Maison départementale du tourisme, le niveau régional et des sociétés privées.

Renforcer la mise en tourisme du Château du Grand Jardin à Joinville

Etude en cours au sein du Conseil départemental pour définir les stratégies à court et moyen terme pour le développement du Château du Grand Jardin.

Les axes possibles : monter en qualité au niveau des jardins, disposer d'une animation plus en lien avec le jardin et le château, informer davantage les visiteurs avec des brochures, audioguides et créer plus de synergies entre l'office de tourisme de Joinville et le Château du Grand Jardin pour coordonner l'accueil.

Une fois la stratégie arrêtée, la communication sera adaptée en conséquence et pourra être redéfinie au sein du service Communication du Conseil départemental et de la Maison départementale du tourisme.

Action 2-2

Renforcer l'attractivité touristique du département autour de Colombey-les-Deux-Églises

Mémorial Charles de Gaulle

Le village de Colombey-les-Deux-Eglises a connu un nouvel élan avec l'ouverture du nouveau Mémorial Charles de Gaulle en octobre 2008.

La fréquentation du Mémorial Charles de Gaulle qui oscille entre 70 000 et 80 000 visiteurs par an a permis d'augmenter le nombre de visiteurs dans la commune, à la Boisserie et dans les hébergements et restaurants, commerces et autres sites touristiques haut-marnais.

Une étude de la Chambre de Commerce et d'Industrie a estimé à environ 4 millions d'euros, les retombées économiques annuelles sur un secteur à une heure de Colombey-les-Deux-Eglises.

Pour faire perdurer la fréquentation du Mémorial Charles de Gaulle, voire l'augmenter, la politique culturelle et événementielle du Mémorial Charles de Gaulle devra se poursuivre à la fois dans une approche qualitative et grand public. Exemples : son et lumière « de Gaulle en Grand », « les voitures de l'Elysée ».

La Maison départementale du tourisme consacre, à ce titre, une partie de son budget à la communication des événements du Mémorial Charles de Gaulle.

Dans un autre registre, la scénographie du Mémorial Charles de Gaulle fêtera ses dix ans en 2018 et le renouvellement partiel et progressif de celle-ci sera à envisager. Des compléments pourraient être apportés dans différents espaces du Mémorial Charles de Gaulle.

Enfin, pour le schéma touristique, il est important de garder le cap souhaité par le Conseil départemental, à savoir que le Mémorial Charles de Gaulle soit une vitrine pour les autres sites du département. L'espace tourisme actuel ainsi que les aménagements des allées extérieures et du parking devront être mis au goût du jour .

Le Parc National et l'hébergement

Le Parc National des Forêts de Champagne et Bourgogne qui doit voir le jour d'ici 2019, sera un élément moteur du développement touristique dans les années à venir, pour ancrer l'image nature du département et son potentiel dans le tourisme vert.

Une étude commandée par le GIP est en cours pour définir au mieux la stratégie touristique du futur Parc National par rapport aux potentialités existantes et aux dynamiques qui peuvent être créées.

Un des points essentiels pour l'accueil des visiteurs du Parc National sera l'hébergement soit au sein du parc lui-même, soit en périphérie.

La recherche d'investisseurs et la mobilisation de fonds Européens, d'Etat et Régionaux sont deux points qui peuvent s'inscrire dans le schéma départemental de développement touristique.

Pour cela il faut être en capacité d'évaluer l'impact du Parc National sur le tourisme en Haute-Marne au fil des années et anticiper cet accueil supplémentaire de touristes.

Des expériences nouvelles de séjours, types hébergements insolites, peuvent aussi être imaginées dans ce cadre.

Animation et Promotion de la station « Animal Explora »

Projet du Conseil départemental, situé dans le Parc aux daims à Châteauvillain, la station « Animal Explora » sera composée d'équipements publics (parcours animalier, parcours dans les arbres, centre aqualudique, restaurants...) mis en délégation et d'un équipement privé pour les hébergements.

Cet ensemble, public et privé, va vivre autour de la marque « Animal Explora » dont il faudra faire une promotion importante pour inciter les touristes à séjourner plusieurs jours, notamment les touristes de l'Île de France et de l'Est de la France.

La promotion touristique « d'Animal Explora » pourra s'organiser dans un pôle de promotion Conseil départemental, Maison départementale du tourisme, gestionnaires privés, offices de tourisme.

En fonction de la capacité d'accueil de l'hébergement et des visiteurs attendus à la journée, les campagnes de promotion devront être adaptées.

L'animation, l'événementiel, au sein d'Animal Explora seront d'ailleurs essentiels pour promouvoir au fil des ans la station et la rendre de plus en plus attractive.

Descriptif : Station animalière et forestière

Objectifs : ↪ Créer une destination touristique pour attirer des visiteurs à la journée et en séjour.

↪Création d'emplois sur le site lui-même et recherches des retombées pour les autres lieux de visite du département.

Calendrier : (à déterminer)

Moyens humains et techniques :

Maître d'ouvrage : Conseil départemental

Partenaires : Maison départementale du tourisme, Office de tourisme, gestionnaires privés, Commune de Châteauvillain, Communauté de Communes des Trois Forêts.

Actions touristiques :

⇒ Créer plusieurs événements sur la thématique de la nature pour promouvoir la station et remplir les hébergements.

⇒ Dynamiser la station tout au long de sa période d'ouverture par des animations en lien avec le parc animalier et le futur Parc National. Séduire et fidéliser les clients, notamment le public familial.

⇒ Disposer d'un point d'information touristique sur le site d'Animal Explora.

⇒ Créer un pôle des acteurs d'Animal Explora pour porter la promotion et la communication du site dans une stratégie commune.

⇒ Définir les canaux de commercialisation en utilisant entre autres le service réservation de la Maison départementale du tourisme et son service groupes.

Action 2-3

Renforcer l'attractivité touristique du département autour de Langres

Le Syndicat Mixte des quatre lacs du Pays de Langres, devenu le PETR du Pays de Langres, a voté un schéma touristique du Pays de Langres. Ce schéma insiste sur le tourisme d'étape, ville de courts séjours et sur les besoins de mieux mettre en avant le patrimoine bâti et naturel par un schéma d'interprétation en cours de développement.

Concernant le schéma départemental de développement touristique, l'axe proposé, en complément du schéma du Pays de Langres, est de renforcer l'événementiel sur la ville de Langres et mettre en avant le travail de réhabilitation notamment des remparts et de la maison Renaissance réalisé en partenariat avec le Conseil départemental.

Tout en poursuivant les événements actuels, l'ambition est de créer un spectacle vivant au sein de la ville de Langres à l'intérieur des remparts.

Evènement d'envergure nationale qui devra, au fil des années, monter en puissance auprès du grand public pour donner une véritable notoriété à la ville de Langres et à son patrimoine exceptionnel, notamment ses musées et la maison Renaissance.

Action 2-3-1

Renforcer l'attractivité touristique du département autour de Langres

Intitulé : Création d'un événementiel à Langres d'envergure nationale.

Objectif : Promouvoir la ville et son patrimoine par un événement majeur pour renforcer la fréquentation touristique de la ville à moyen et long terme

Projet : Spectacle son et lumière en déambulation sur des sites emblématiques de la ville

Contraintes : Organiser l'accueil des visiteurs / touristes avant et après le spectacle qui aura lieu le soir vers 22 h/23 h (commerces ouverts, marchés nocturnes à certaines occasions, ouvertures des bars restaurants après le spectacle)

Moyens humains et techniques :

Maître d'ouvrage : Communauté de communes du Grand Langres ou ville de Langres

Maîtres d'œuvre : Ville de Langres avec un prestataire son et lumière

Partenaires : Conseil départemental, PETR du Pays de Langres, Office de tourisme, Maison départementale du tourisme pour la promotion communication, commerçants, associations culturelles, restaurateurs, hôteliers

Calendrier : Premier spectacle été 2017. Période à définir avec la ville. Puis maintien du spectacle estival jusqu'en 2021

Budget : Autour de 80 000 € à 100 000 € la première année (hors budget communication)
Recherche de partenaires privés, d'aides publiques à activer début 2017

Action 2-3-2

Renforcer l'attractivité touristique du département autour de Langres

Le festival du Chien à Plumes a fêté dignement ses vingt ans en 2016 avec une affluence exceptionnelle de plus de 24 000 entrées.

Ce festival qui se déroule au mois d'août, permet d'avoir une animation forte en pleine saison estivale et à destination d'un public jeune.

Manifestation à encourager dans le cadre du schéma de développement touristique pour que la Haute-Marne dispose à terme d'un des plus grands festivals de l'Est de la France.

D'autres événementiels autour du festival existant tout au long de l'année permettent d'animer le territoire.

Intitulé : Festival du Chien à Plumes

Objectif : Avoir une animation forte au cours de la saison estivale et donner une image jeune et dynamique du Département

Projet : Faire croître le festival pour être dans les premiers festivals du grand Est

Calendrier : 2017 à 2021

Actions :

- ⇒ Définir la capacité maximale du site et le budget global pour augmenter encore la fréquentation du festival
- ⇒ Rechercher des partenaires publics et privés
- ⇒ Créer des infrastructures si besoin autour du lac de Villegusien
- ⇒ Partenariat de communication festival / Maison départementale du tourisme / Office de tourisme

Action 2-4

Renforcer l'attractivité touristique du département autour de Bourbonne-les-Bains

La station thermale de Bourbonne-les-Bains se situe autour de la 15^{ème} place des stations thermales de France (104 stations au total).

Elle accueille environ 8 000 curistes en séjour médical de trois semaines et réalise 5 000 forfaits journées ou courts séjours.

Sur ce deuxième aspect, le « Bien Etre » évolue à la hausse, contrairement aux séjours traditionnels de trois semaines.

Pourtant, la station de Bourbonne-les-Bains ne dispose pas d'équipements spécifiques dédiés au bien-être et à la remise en forme.

Un projet de diversification de la station avait été porté par l'ancienne municipalité. Projet qui prévoyait la création d'un nouveau centre spécifique « bien-être » et l'ouverture après réhabilitation d'un hôtel quatre étoiles dans l'ancien hôtel du Parc.

Le thermalisme à Bourbonne-les-Bains est pourvoyeur d'emplois aux thermes et au sein des services connexes (commerces, hôtels, restaurants, casino...).

L'enjeu pour la ville de Bourbonne-les-Bains et le Département est d'investir dans un projet ambitieux de diversification pour renforcer l'attractivité de la station et rester dans la compétition par rapport aux autres stations qui ont déjà réalisé des investissements de modernisation.

Dans ce contexte, il convient de préciser par ailleurs que la ville de Nancy souhaite devenir la plus grande ville thermale française d'ici 2021, avec un projet de 50 millions d'euros.

Intitulé : Diversification de la station de Bourbonne-les-Bains

Objectif : Proposer une nouvelle gamme de soins dans un centre dédié et améliorer l'offre d'hébergement

Calendrier : A définir

Moyens humains et techniques :

Maître d'ouvrage : Ville de Bourbonne-les-Bains

Partenaires : Europe, Etat, Région Grand Est, Conseil départemental, exploitant des thermes

Les actions :

- ↳ Déterminer le type de soins et d'accueil
- ↳ Créer un établissement spécifique
- ↳ Ouvrir un hôtel quatre étoiles
- ↳ Accompagner la modernisation de l'offre actuelle d'hébergements
- ↳ Promouvoir la nouvelle offre de soins dès l'ouverture à travers un partenariat ville de Bourbonne-les-Bains, Maison départementale du tourisme, Office de tourisme, exploitant du centre thermal, Casino, commerçants et hôteliers.

Action 2-5

L'archéologie

Le thème de l'archéologie est un thème important du Nord au Sud du Département.

Le Conseil départemental est propriétaire de la villa gallo-romaine d'Andilly qui est ouverte au public.

Les villes de Langres, Bourbonne-les-Bains, le mausolée de Faverolles, l'Abbaye de Morimond sont d'autres exemples des richesses du département au niveau de l'archéologie.

Le projet de la ville de Saint-Dizier est de développer des actions phares autour de l'archéologie : exposition sur l'Austrasie, fouilles des Crassées, colloques, festival de l'archéologie, avec une visibilité nationale.

Ces événementiels pourraient être travaillés au niveau départemental pour une plus grande cohérence et faire de la Haute-Marne l'un des tous premiers territoires de l'archéologie de France.

La création d'un « pass archéologie », au niveau départemental et territoires limitrophes, pourrait être un outil fédérateur et dynamique.

Action 2-6

Modernisation de l'hébergement haut-marnais

Le développement de l'activité touristique de la Haute-Marne passera également par la capacité d'accueil sur le territoire.

Après une période longue d'aides aux hébergements des années 1990 à 2015, par l'Europe, l'Etat, la Région et le Département, il n'existe plus d'aides actuellement pour la création ou modernisation des hébergements.

L'arrêt des aides publiques à l'hôtellerie pénalise les investisseurs hôteliers vis-à-vis des banques qui prenaient en compte ces leviers dans les montages financiers.

Les chantiers sont nombreux pour l'hôtellerie : mise aux normes, accessibilité, sécurité incendie et modernisation des chambres avec les attentes des clients d'aujourd'hui (confort, décoration).

Au niveau des gîtes et chambres d'hôtes, les aides conjuguées de l'Europe, de l'Etat, de la Région et du Département ont permis entre 1993 et 2015 le doublement du parc : 120 hébergements en 1993 et 250 en 2015.

Depuis la fin des aides des différents partenaires et l'arrêt des aides du Conseil départemental avec la loi NOTRe, les créations de gîtes et chambres d'hôtes ont fortement reculé.

Pour accompagner des projets ambitieux comme le futur Parc national, Animal Explora, la diversification de la station de Bourbonne-les-Bains et de nouvelles activités au Lac du Der, l'animation du patrimoine à Langres, le développement et l'amélioration des hébergements sont essentiels.

Si la compétence est effectivement une compétence régionale, car économique, le Conseil départemental doit sensibiliser la Région Grand Est pour que dans le futur schéma régional, l'aide aux hébergements en milieu rural notamment reste une priorité.

Un hébergement, quel qu'il soit, dans des petites communes est un élément fédérateur et ramène du dynamisme à la commune et ses habitants.

Action 3

Promouvoir la Haute-Marne auprès des Haut-Marnais pour mettre en avant l'excellence et les savoir-faire des territoires

Le contexte

Promouvoir les offres touristiques du département auprès des touristes et des habitants, grâce à des « Ambassadeurs » haut-marnais connaissant bien le territoire et en capacité de le vendre.

Cette action devra déboucher sur une volonté de tous, de mettre en avant le « Made in Haute-Marne » dans des dossiers comme la gastronomie, les produits du terroir, les savoir-faire.

Démarches entreprises :

Depuis 2015, plusieurs visites par an sont organisées par la Maison départementale du tourisme : les sites du département et villes (Langres, Saint-Dizier, Mémorial Charles de Gaulle, grues au lac du Der, jardins...) à destination des prestataires touristiques et élus.

Création d'un Pass Tourisme 52 : depuis 2009, la Maison départementale du tourisme réalise et finance ce Pass avec aujourd'hui 49 partenaires du Nord au Sud du Département.

Objectifs à moyen terme :

Promouvoir davantage le Made in Haute-Marne. Création en 2017 d'un Pass Gastronomie et Terroir par la Maison départementale du tourisme.

Mettre en réseau les producteurs, lieux de visites, restaurants et tables d'hôtes haut-marnais pour qu'ils travaillent davantage ensemble et puissent offrir davantage des produits haut-marnais.

Créer des lieux de vente ou des vitrines sur le Département.

Donner une ambition collective pour présenter la Haute-Marne sous ses meilleurs atouts. Travail de fond à coordonner entre les échelons, département, communautés de communes, syndicats, PETR, offices de tourisme, lieux de visite.

Travail à réaliser :

Travail d'accompagnement permanent pour montrer et faire connaître l'excellence haut-marnaise.

Action 3-1

**Promouvoir la Haute-Marne auprès des Haut-Marnais
pour mettre en avant l'excellence et les savoir-faire des territoires**

Intitulé : Ambassadeurs haut-marnais

Objectif : Mieux vendre l'offre touristique du département par tous les acteurs du département

Calendrier : Poursuite des actions en cours jusqu'en 2021. Animations et visites des sites attractifs du département pour les professionnels, élus et institutionnels

Moyens humains et techniques :

Maître d'ouvrage : Maison départementale du tourisme

Maîtres d'oeuvre : Maison départementale du tourisme. Les gîtes et chambres d'hôtes labellisés de Haute-Marne

Partenaires : Les Logis, les Gîtes de France et Clévacances, les Offices de tourisme, communes, artisans, producteurs, lieux de visites

Action 3-2

**Promouvoir la Haute-Marne auprès des haut-marnais
pour mettre en avant l'excellence et les savoir-faire des territoires**

Intitulé : Promouvoir le « Made in Haute-Marne ».
En lien avec la campagne de notoriété et d'attractivité du Conseil départemental

Objectifs :

- ↳ Mettre en avant les savoir-faire haut-marnais et les productions locales,
- ↳ Créer des réseaux de circuits courts (restauration).
- ↳ Animer le territoire pour créer des rencontres entre fournisseurs, vendeurs locaux et restaurants de Haute-Marne.
- ↳ Faire connaître aux haut-marnais les produits d'excellence du territoire.
- ↳ Créer des temps forts autour du Made in Haute-Marne, animation lors de visites, festival de la truffe, salons, ouvrages, publications, brochures..).
- ↳ Créer un Pass gastronomique et du terroir.

Calendrier : Poursuite des actions en cours jusqu'en 2021.

Moyens humains et techniques :

Maître d'ouvrage : Maison départementale du tourisme

Maîtres d'oeuvre : Maison départementale du tourisme, Chambre d'agriculture de Haute-Marne, Chambre de commerce et d'industrie de Haute-Marne, Conseil départemental.

Partenaires : Gîtes et Chambres d'hôtes labellisés de Haute-Marne, syndicats hôteliers, offices de tourisme, artisans, producteurs, lieux de visite.

Action 4

Améliorer la signalisation touristique

Le contexte

Le renforcement de la signalisation touristique sur les routes de Haute-Marne est une demande forte des acteurs du tourisme. Le besoin s'est fait ressentir de présenter davantage l'offre touristique haut-marnaise et de mieux guider les touristes.

Le Conseil départemental a mis en oeuvre un schéma de signalisation touristique en 2006. Celui-ci, très complet, peut être finalisé dans le cadre du nouveau schéma départemental de développement touristique de 2016-2021.

Trois phases essentielles :

- ↪ finaliser les implantations des panneaux d'animation touristique (H 33)
- ↪ renouveler des panneaux Relais Information Service (RIS)
- ↪ améliorer la signalisation d'itinéraires touristiques

Action 4-1

Améliorer la signalisation touristique

Finaliser les implantations des panneaux d'Animation Touristique (H33)

Dans le schéma de 2006, il était prévu 19 panneaux. 9 ont été implantés. Il reste donc 10 panneaux à réaliser.

Implantations déjà réalisées

Arc-en-Barrois
Colombey-les-Deux-Eglises
Montsaugéon
Auberive
Orges
Joinville (x2)
Dommartin-le-Franc
Nogent

Implantations encore prévues

Bourbonne-les-Bains
Fayl-Billot
Montier-en-Der
Langres
Vignory
Saint-Dizier
Chaumont
Lac du Der
Châteauvillain
Rolampont - Faverolles

Intitulé :	Panneaux d'Animation Touristique (H33)
<u>Objectif :</u>	Renforcer l'attractivité sur le territoire des principaux sites touristiques via des panneaux vitrines
<u>Calendrier :</u>	Action à terminer d'ici 2018 (moyen terme)
<u>Moyens humains et techniques :</u>	
<i>Maître d'ouvrage :</i>	Direction des infrastructures et des transports du Conseil départemental de la Haute-Marne
<i>Maîtres d'oeuvre :</i>	Direction des infrastructures et des transports Maison départementale du tourisme de la Haute-Marne
<i>Partenaires :</i>	Communes concernées

Action 4-2

Améliorer la signalisation touristique

Renouvellement des panneaux Relais d'Information Service (RIS) :

Dès 1989, le Conseil départemental a implanté 42 mobiliers en bois comprenant une cartographie et des visuels touristiques.

Ces panneaux ont été implantés sur des axes routiers structurants et les points clés du département.

Actuellement en bois, ils nécessitent un entretien important réalisé par les services de la direction des infrastructures et des transports du Conseil départemental sont à réactualiser au niveau de l'information.

Il est proposé de procéder au changement des 42 RIS, dans des matériaux innovants et recyclables.

Ces panneaux disposeront d'informations numériques actualisées grâce à des QR codes qui renverront sur le site internet touristique de la Maison départementale du tourisme.

Intitulé :	Relais d'Information Service
<u>Objectif :</u>	Indiquer de manière exhaustive les sites touristiques majeurs de la Haute-Marne
<u>Calendrier :</u>	2017 ou 2018 pour la totalité des panneaux (marché global)
<u>Moyens humains et techniques :</u>	
<i>Maître d'ouvrage :</i>	Direction des infrastructures et des transports du Conseil départemental de la Haute-Marne
<i>Maîtres d'oeuvre :</i>	Direction des infrastructures et des transports du Conseil départemental de la Haute-Marne, Maison départementale du tourisme
<i>Partenaires :</i>	Communes pour implantation

Action 4-3

Améliorer la signalisation touristique

Le Schéma de 2006 prévoyait également la valorisation de trois circuits touristiques thématiques.

↳ « La Route Touristique du Champagne » a été réalisée en partenariat avec le Conseil départemental de l'Aube.

↳ « La Route des Eglises à pans de bois et vitraux du XVI^e siècle » est en partie réalisée sur l'Aube et la Marne via le Syndicat du Der.

Se rajoute à ces circuits, l'itinéraire international « La Meuse à Vélo » de la source à Pouilly en Bassigny jusqu'à la limite du département des Vosges, pour la partie Haute-Marne.

Le parcours « La Meuse à Vélo » traverse la France, la Belgique et les Pays-Bas. L'ensemble du parcours de Neufchâteau à Rotterdam est déjà balisé.

Ce qui complétera l'offre cyclo-touristique de la Haute-Marne.

L'autre axe important du cyclo-tourisme du département étant les berges du canal entre Champagne et Bourgogne dont la signalétique est aussi à entretenir.

Des travaux d'aménagement sont aussi prévus à la Source de la Meuse.

Intitulé :	Signalisation d'itinéraires touristiques
Objectif :	Baliser le circuit international de « la Meuse à Vélo » sur la partie Haute-Marne
Calendrier :	Prioritaire - 1 ^{er} semestre 2017, environ 20 panneaux avec logo

Moyens humains et techniques :

Maître d'ouvrage : Direction des infrastructures et des transports du Conseil départemental de la Haute-Marne

Maîtres d'oeuvre : Direction des infrastructures et des transports du Conseil départemental de la Haute-Marne, Maison départementale du tourisme

Partenaires : Communes concernées

Autres circuits thématiques à envisager : « La Route des Fontes d'Art » et « Les Vallées Coutilères ». Offres touristiques déjà existantes.

Autres signalisations touristiques à étudier

Les cols de Haute-Marne

Action 5

Disposer d'un observatoire départemental du tourisme en Haute-Marne

Afin de mesurer l'impact du nouveau schéma départemental de développement touristique entre 2017 et 2021, il est nécessaire de disposer d'outils de mesure de l'activité économique du tourisme.

Une collaboration : Conseil départemental, Chambre de Commerce et d'Industrie Territoriale, Maison Départementale du Tourisme, a permis de mettre en place le logiciel ACTISCOPE acquis en 2015 utilisé par d'autres départements et régions. La Chambre de commerce et d'industrie de la Haute-Marne pilote l'ensemble de l'opération en lien étroit avec la Maison départementale du tourisme.

La démarche a commencé avec les hôtels de Haute-Marne. Il est à ce jour difficile d'avoir suffisamment de participants prêts à renseigner tous les mois les indicateurs clés du tourisme. Même si tout a été mis en ligne pour faciliter la saisie. La prochaine étape est de démarcher les chambres d'hôtes, campings et les lieux de visites.

Intitulé :	Observatoire économique du tourisme
Objectif :	Mesurer l'évolution de l'activité économique du Tourisme entre 2017 et 2021
Calendrier :	2015/2016 déploiement de l'outil auprès des hôteliers. 2017 aux hébergements et lieux de visites
Les freins :	Difficulté d'obtenir des chiffres réguliers de la part des exploitants (les données individuelles sont confidentielles)

Moyens humains et techniques :

Maître d'ouvrage :	Chambre de commerce et d'industrie de Haute-Marne. Une personne dédiée aux statistiques
Maîtres d'oeuvre :	Chambre de commerce et d'industrie de Haute-Marne avec l'aide de la Maison départementale du tourisme
Partenaires :	Syndicats hôteliers, Logis de Haute-Marne, hôteliers de Haute-Marne, Gîtes et Chambres d'hôtes labellisés de Haute-Marne, les sites de visites
Coût :	Logiciel ACTISCOPE : acquisition faite par la Chambre de commerce et d'Industrie de Haute-Marne