Master Plan de développement et de transition des loisirs et du tourisme pays du Haut Doubs - Vision 2040 - 2050

Document de travail – février 2023

Référents sur l'étude :

Maïdi VANDERHAEGHE - 06 72 98 63 74
Rémi CORFU

Protourisme

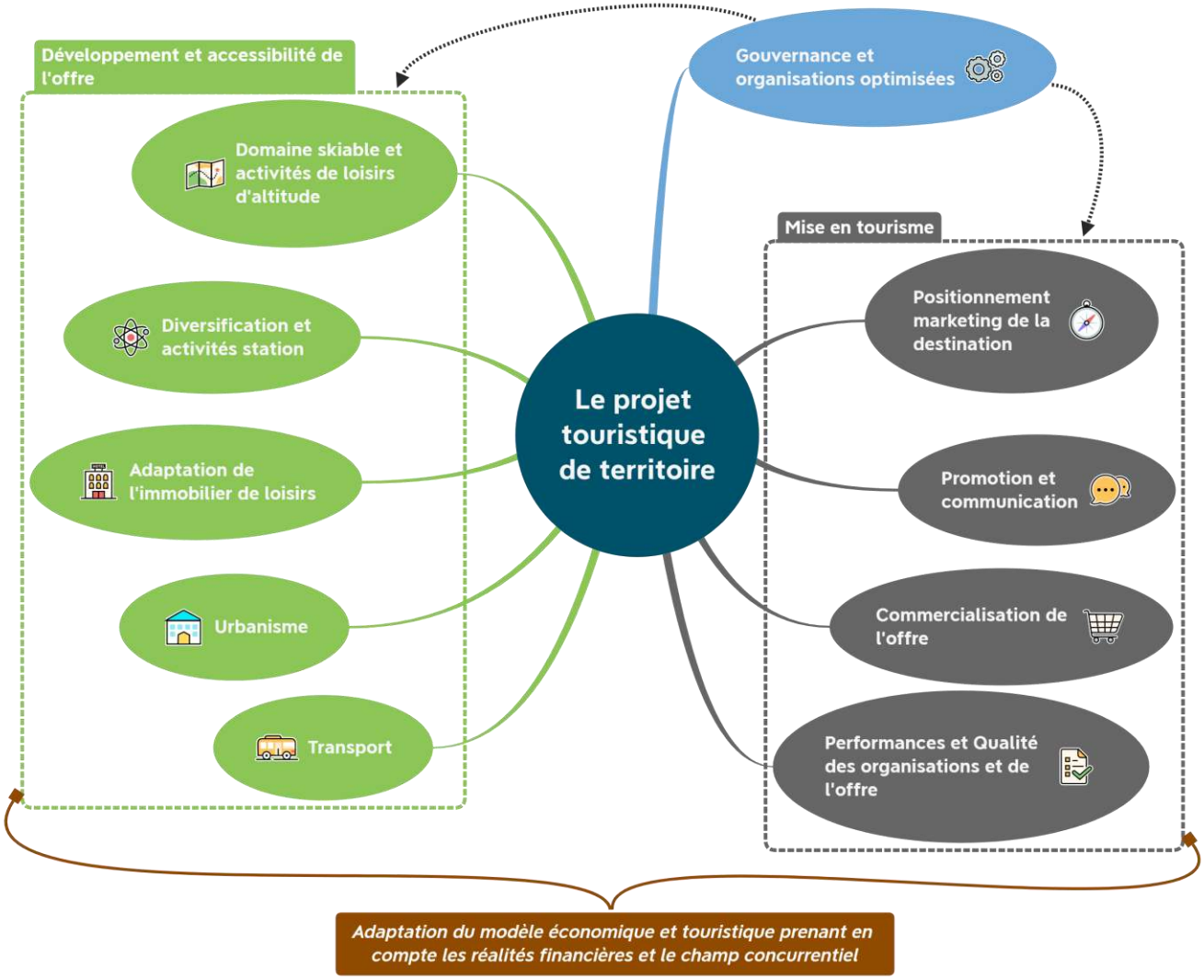
21 rue des Alouette
63 800 COURNON D'AUVERGNE
&
157 avenue de Lyon
73000 CHAMBÉRY

tel : 04 73 42 99 81
clermont@protourisme.com

©Destination Haut Doubs

Méthodologie

Une ingénierie 360° des écosystèmes touristiques, une approche globale et locale visant à faire émerger les leviers de la transition pour dessiner le Master Plan de la transition de l'économie touristique et des loisirs du Pays du Haut Doubs.



L'écosystème touristique en montagne est complexe. Le modèle est souvent fragile et tient sur divers équilibres (économiques, marketing, sociaux, juridiques, environnementaux) qu'il est important de prendre en compte. Les différentes filières de l'écosystème ont également une grande interdépendance essentielle à considérer. Ces constats structurels et les évolutions conjoncturelles du marché amènent la nécessité d'une approche transversale prenant en compte l'ensemble des acteurs et problématiques de l'écosystème. C'est d'autant plus vrai ici dans le Haut Doubs dans un contexte de transition qui implique de fortes évolutions avec une nécessaire prise en compte de chacun mais surtout du collectif et des modèles économiques afin de dessiner un avenir commun.

Notre démarche vise à vous accompagner le SMIX dans la construction d'un projet global à l'échelle du territoire, prenant en compte les différents périmètres : Pays, ComCom, communes, stations, pôles de loisirs, filières, ... afin de mieux appréhender l'avenir de vos montagnes. L'équipe Protourisme saura s'adapter au plus près des besoins de l'équipe projet et du territoire. L'équipe adaptera une méthodologie sur mesure en partenariat avec les BE systémique et accompagnement au changement choisis spécifiquement.

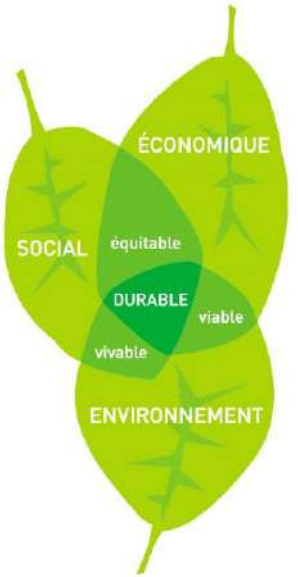
Méthodologie

Un accompagnement intégré, au format « équipe projet pluridisciplinaires », qui vise l'élaboration d'un outils pour une transition durable du Haut Doubs.

Une philosophie d'intervention en faveur d'un modèle économique et touristique durable, …

L'équipe aura a cœur au long des missions proposées trois objectifs majeurs :

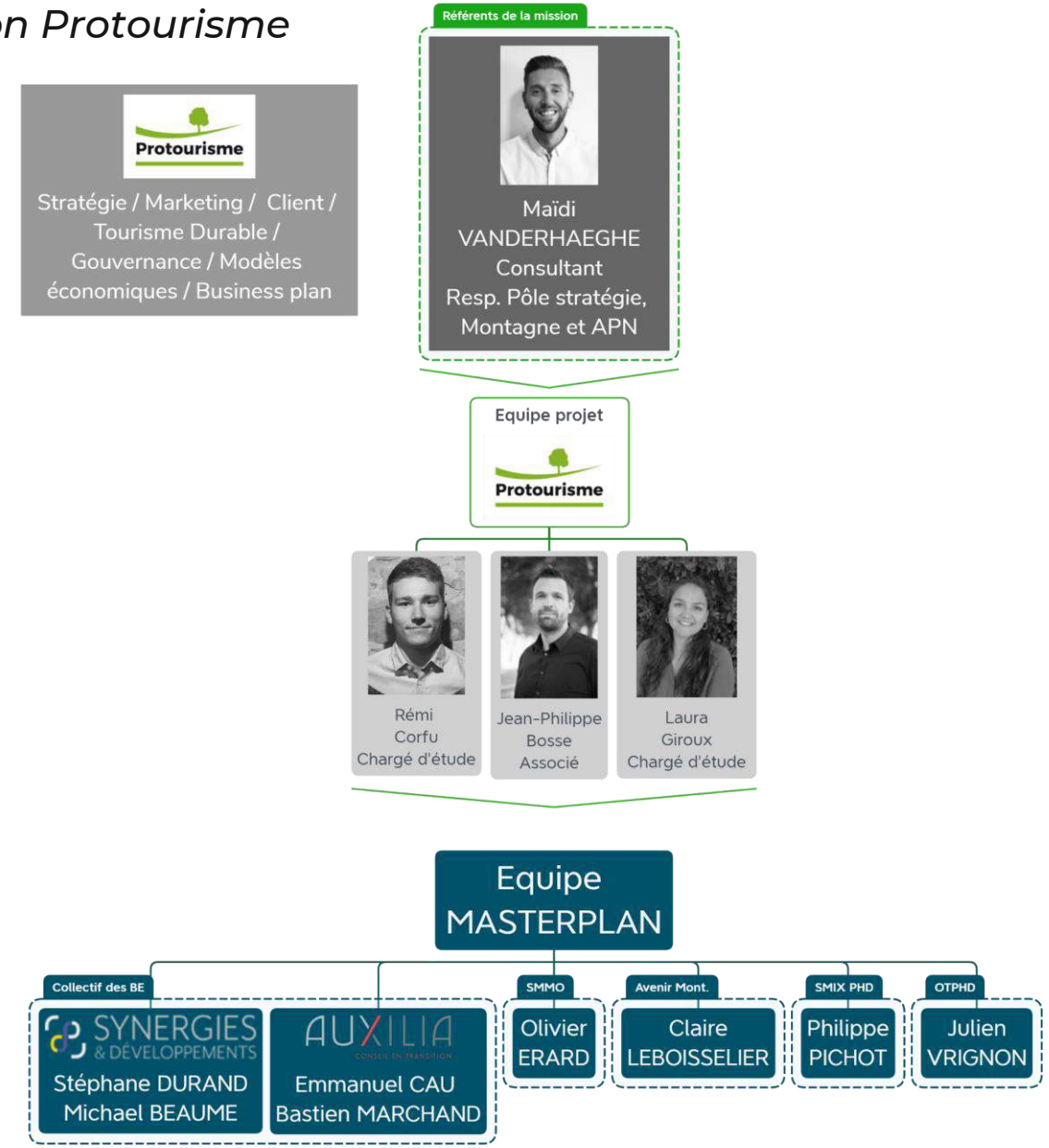
- Dessiner une **stratégie durable et cohérente en matière de tourisme, de loisirs, de sports et de culture** en fédérant les acteurs et les décideurs du territoire du Haut Doubs autour de projets de transition et de (re)développement commun, porté d'une seule voix ;
- Faire émerger un ou des **plan(s) d'actions innovant(s) au plus proche des besoins des périmètres** *(tels qu'ils seront définis ensemble)* **et des cibles clientèles,** basé sur des valeurs locales fortes et affirmées qui s'articulent autour de la création, de l'implication et de l'engagement ;
- Intégrer et articuler les projets du pays du Hauts Doubs aux **enjeux économiques, environnementaux, politiques et organisationnels macro et locaux.**



©Destination Haut Doubs

Méthodologie

Pilotage de la mission Protourisme



Mission 1 – Cadrage de la démarche et des périmètres, diagnostic prospectif flash avec intégration des modèles systémiques

1. Les loisirs et le tourisme : données cadres
2. Marketing et identité du territoire
3. L'hébergement touristique sur le territoire
4. Intégration des données cadre de développement et de l'urbanisme sur le territoire
5. Les activités de loisirs : structuration / part structurante. Etat des lieux et prospectives.
6. La Gouvernance : le projet de territoire puis ouverture vers une mise en œuvre…
7. Synthèse et axes de travail du diagnostic

Mission 2 – Définition des axes de travail, des opportunités, co-construction avec les parties prenantes de l'écosystème touristique du territoire

Mission 3 – Élaboration du Master Plan

Diagnostic Flash

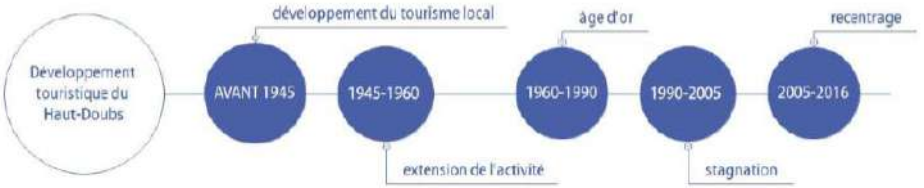
1.1. Les loisirs et le tourisme : données cadres

Tourisme et loisirs du Haut-Doubs – le fil conducteur véhiculé par les acteurs

Une offre touristique importante et diversifiée, multi saisons avec plusieurs sites touristiques majeurs que sont la station de Métabief, les lacs Saint Point et Remoray, le pôle nordique du Val de Mouthe, le château de Joux, l'abbaye de Montbenoît, les tourbières de Frasne, la forêt de Levier…

L'image d'une montagne douce, accessible et vivante avec une forte identité, tant par les Hommes qui y vivent que par sa gastronomie, son climat et ses paysages.

Rapide historique du tourisme du Haut-Doubs



Source : Contrat station 2017

L'AVENIR ?

Un développement touristique qui doit faire face à de nombreux enjeux aussi bien environnementaux que sociétaux. Outre le changement climatique qui va impliquer des conditions d'enneigement défavorables, des sécheresses et canicules qui vont impacter faune et flore du territoire, les Hommes qui y vivent, les changements sociétaux impactent l'économie du tourisme et des loisirs du Haut-Doubs. La pression foncière et la hausse du niveau de vie dues, en grande partie à l'économie transfrontalière avec l'arrivée d'une nouvelle population en nombre conséquent, impliquent de nouvelles consommations de l'espace et des activités.

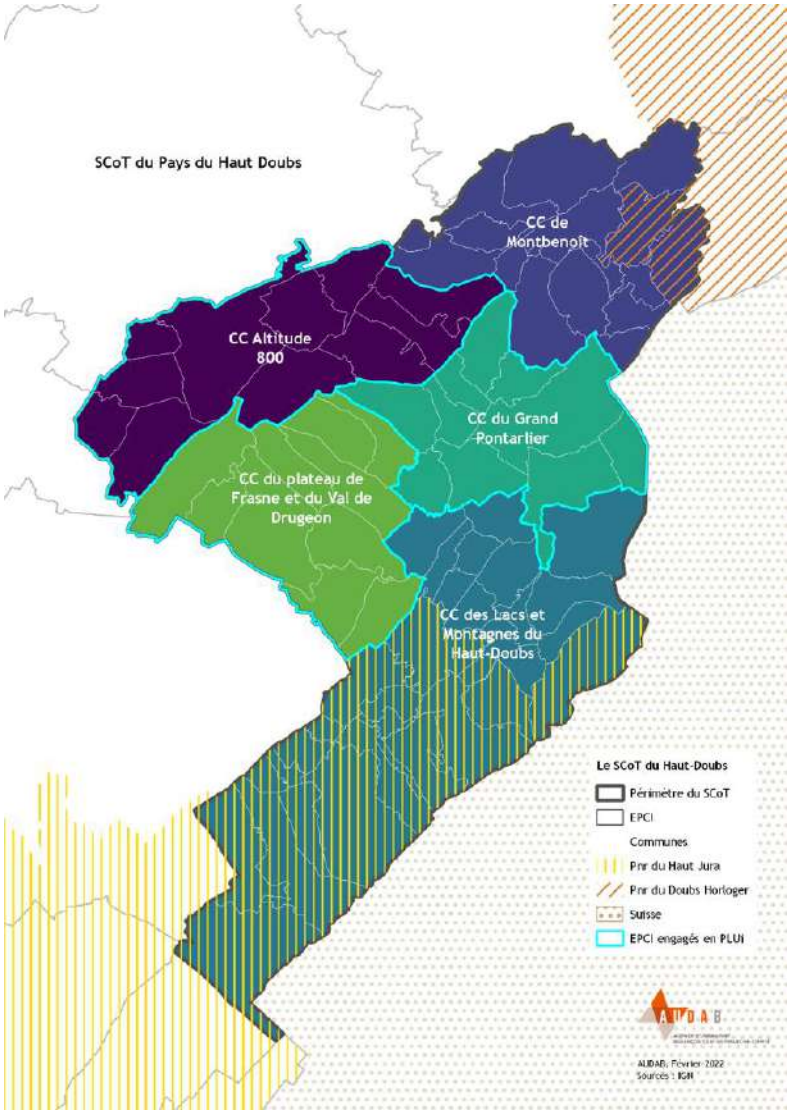
Les éléments clés à retenir

Carte d'identité du Haut-Doubs

- 5 Communautés de communes concernées (*CC de Montbenoît, CC Altitude 800, CC du Grand Pontarlier, CC du plateau de Frasne et du Val de Drugeon, CC des Lacs et Montagne du Haut-Doubs)*
- **78 communes** au SMPHD
- Des portions des **PNR** du Haut-Jura et PNR du Doubs Horloger
- Environ **64 000 habitants**
- 1 142 km2 de superficie
- **65 kms de frontière avec la Suisse**
- De **500 m** à Ouhans à **1 463 m** au Mont d'Or

Le Haut-Doubs est un territoire de moyenne montagne situé au cœur du massif jurassien à proximité directe de la Suisse. Décris comme rural, agricole aux valeurs authentique, le territoire est attractif avec une augmentation forte de sa population (+ 10 000 habitants ces 10 dernières années et + 15 000 d'ici à 2040 soit plus de 23%) en majeure partie expliquée par sa proximité géographique avec la Suisse. Ce territoire singulier est marqué par son environnement composé de plateaux couverts de sapins, de lacs et de montagnes où de nombreuses activités de loisirs et touristiques ont été développées.

L'économie du territoire est aujourd'hui principalement portée par l'économie transfrontalière.



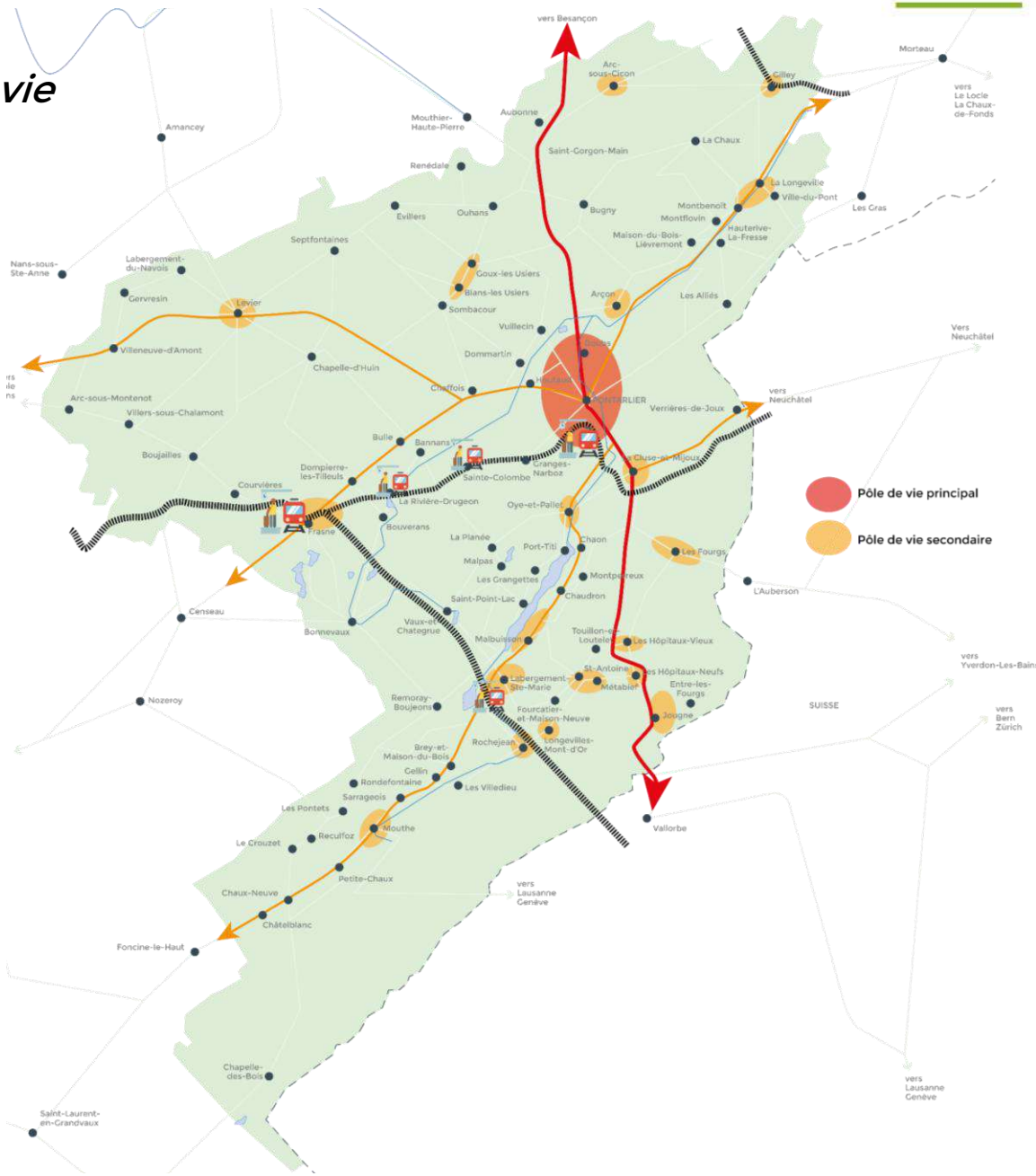
Diagnostic

Contexte territorial : Zonage des pôles de vie

- *Environ 64 000 habitants sur le Haut-Doubs dont plus de la moitié dans la CC Grand Pontarlier (et 28 000 concentré dans l'agglomération de Pontarlier)*

Le territoire du Haut-Doubs est une région traditionnellement connue pour l'élevage bovin et toutes les activités liées à la filière bois. Des industries traditionnelles et historiques en microtechnique et en horlogerie se sont également développées au fil du temps. Si la sous préfecture Pontarlier concentre la population du Haut-Doubs, de nombreux bourgs et villages sont disséminés sur tout le territoire. Développés par l'activité agricole, industrielle ou touristique, ces petites villes et villages bénéficient aujourd'hui d'une forte dynamique démographique liée encore une fois à la place stratégique du territoire à proximité de la Suisse. Le Haut-Doubs n'a pas de limite précises avec parfois une distinction entre Haut-Doubs forestier au sud et Haut-Doubs horloger au Nord-Est. Le Pays était à l'origine une structure de regroupement de collectivités locales françaises.

Le pays du Haut-Doubs a depuis 2016 un statut de syndicat mixte fermé : Syndicat mixte du Pays du Haut-Doubs.



Diagnostic

Contexte territorial : Zonage des pôles de vie

L'étude Dianeige a mis en évidence des ADN territoriaux sur les 5 EPCI dont 3 territoires avec un positionnement facilement identifiable :

- CC Lacs et Montagnes du Haut Doubs/CCLMHD : positionnement touristique fort « Nature- sport – santé », autour de plusieurs spots de montagne dont la station de Métabief et les sites de Chaux Neuve, Les Fourgs et des Lacs de Saint Point et Remoray, combinant « résident / séjour / excursionniste ». → 71 % des lits touristiques marchands de la destination.

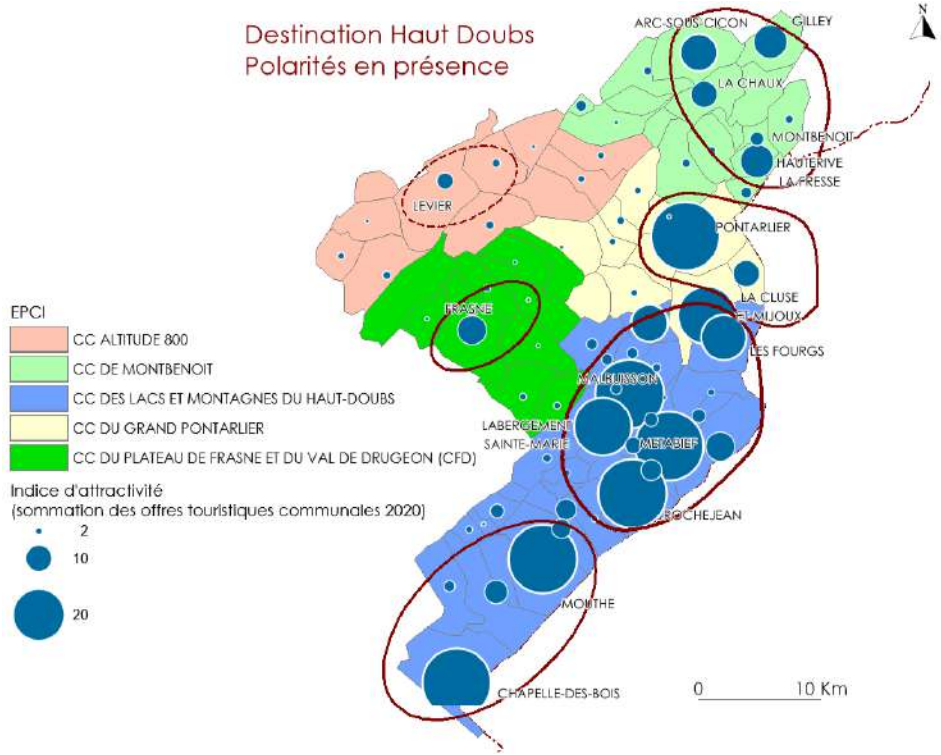
- CC du Grand Pontarlier : positionnement « Patrimoine / Culture », plus excursionniste (Châteaux de Joux, animations culturelles/festivals, Mécénat, 2 sites nordiques et 1 site alpin), davantage positionné « résident / excursionniste » et disposant de peu d'espaces de pleine nature, mais dont les résidents ont une forte pratique sportive. → 15 % des lits touristiques marchands de la destination.

- CC du Plateau de Frasne et du Val de Drugeon : seul EPCI des 3 avec un positionnement identifié « Nature douce » en construction, autour des tourbières et lacs et de l'environnement en général. → 0,4 % des lits touristiques marchands de la destination.

On note également 2 territoires avec un positionnement à préciser :

- CC de Montbenoit : potentiel varié (abbaye, cloître, sites classés de la Source de la Loue et du Défilé d'Entreroche, Stade de Biathlon Florence Baverel …) → 7,6 % des lits touristiques marchands de la destination.

- CC Altitude 800 : positionnement touristique à construire et conforter à long terme, avec déjà aujourd'hui une station trail, un sentier forestier et un musée du cheval comtois. → 6 % des lits touristiques marchands de la destination.



L'économie des loisirs du Haut-Doubs a de fortes disparités d'attractivité et d'offres touristiques

Diagnostic

Contexte territorial → bassin de chalandise

Les bassins de vie :

À 30 min
(environ **85 000 hab.**) :
- Pontarlier

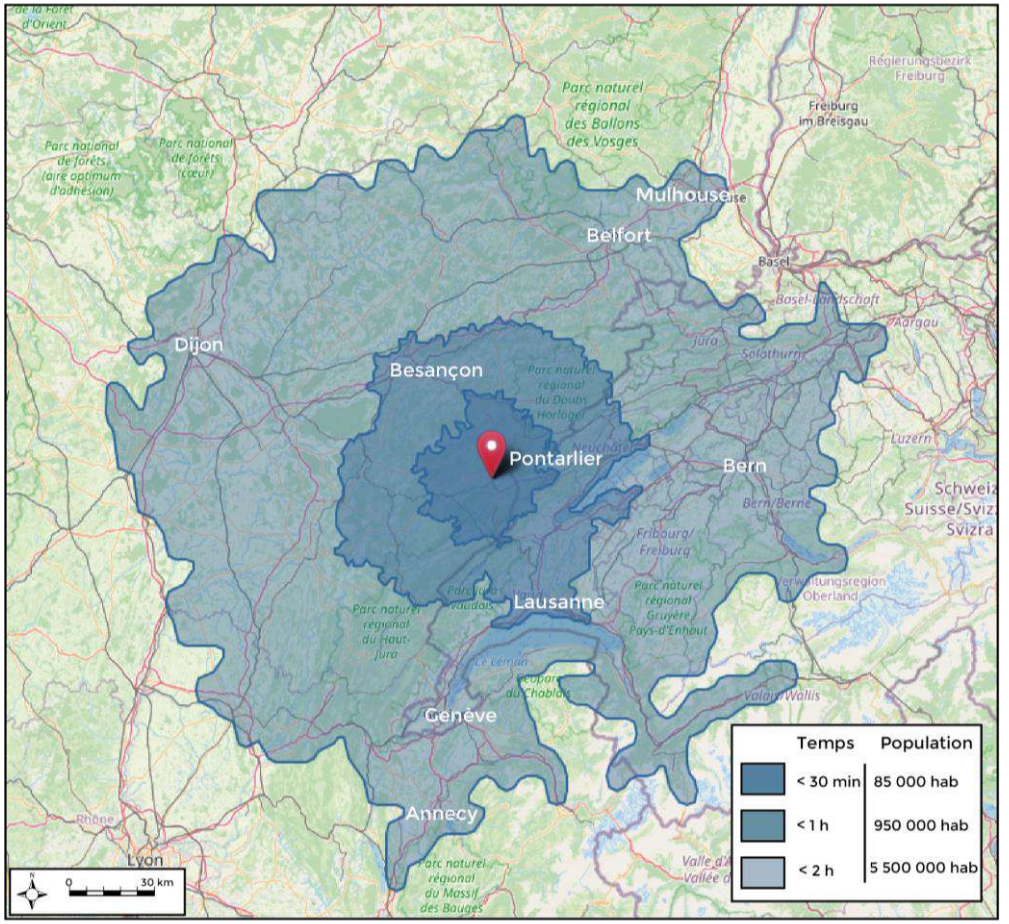
À 1h
(environ **950 000 hab.**) :
- Besançon
- Lausanne
- Neuchâtel

À 2h
(environ **5 500 000 hab.**) :
- Belfort
- Dijon
- Annecy
- Genève
- Bern
- Mulhouse

Une destination qui bénéficie d'une proximité directe d'un important **bassin de chalandise français et frontalier avec des agglomérations suisses**. De nombreuses villes de taille moyenne dans un rayon inférieur à 1h de trajet.

Un bassin suisse **qui n'est pas captif** avec une offre diversifiée par une forte concurrence des massifs / destinations alentours.

Bassin de chalandise du Haut-Doubs
(en partant de Pontarlier)
Zones isochrones de 30 minutes à 2h



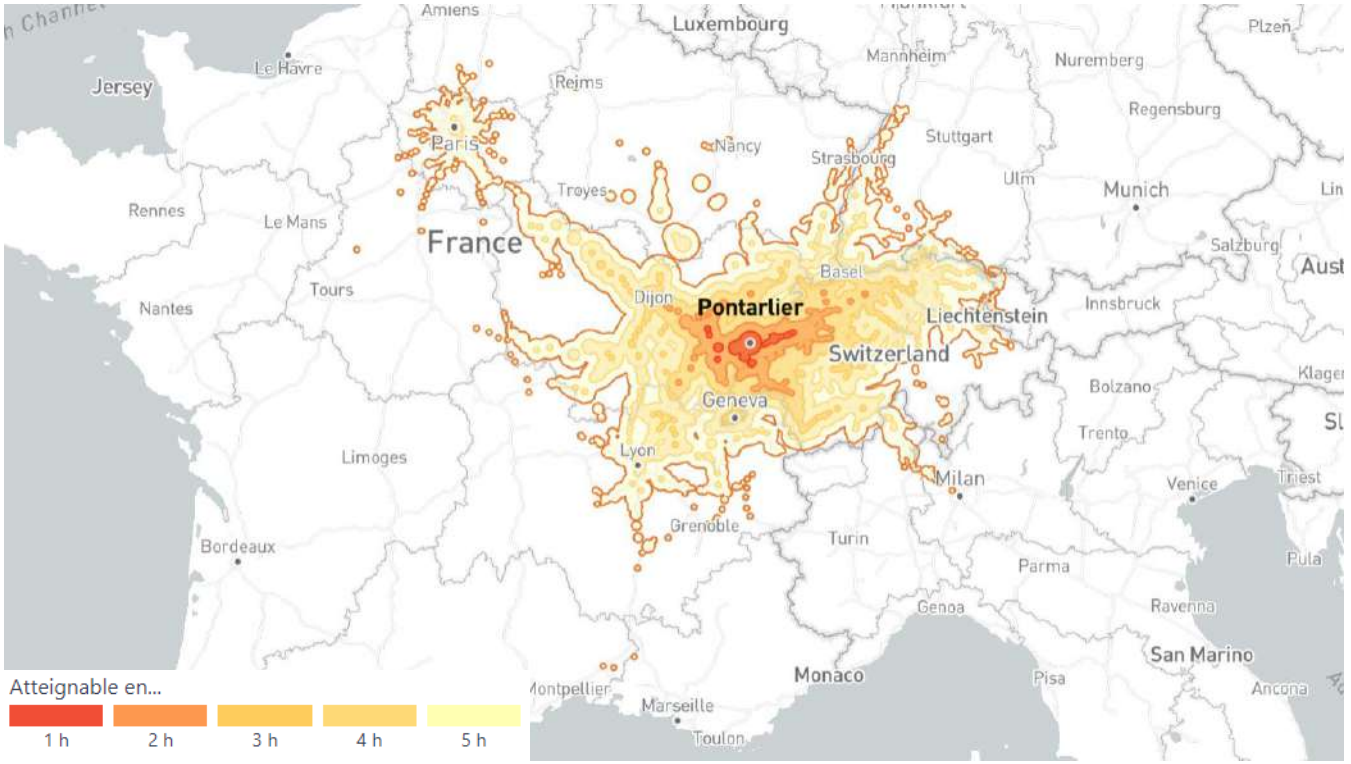
Diagnostic

Contexte territorial → Accessibilité du Haut-Doubs

L'accessibilité en train :

- Axe TGV Paris – Lausanne avec gare TGV à Frasne (3 trains /jour).
- Plusieurs gares TER sur le territoire : Pontarlier, Sainte-Colombe Septveilles, la Rivière Drugeon et Labergement-Sainte-Marie.
- Environ 12 000 véhicules par jour sur la RN 57 entre Pontarlier et la Suisse et seulement 2 aller-retours en train Pontarlier → Neufchâtel
- 8 allers retours journaliers entre Pontarlier et Frasne (dont 3 jusqu'à Dôle)

Cartographie de l'accessibilité en train du Haut Doubs (depuis Pontarlier)



Une **bonne accessibilité du territoire** par sa centralité entre France et Suisse. Bassin parisien et lyonnais accessible en moins de 4h de train.

La mobilité intra Haut-Doubs est en revanche un point faible avec une forte dépendance au transport routier malgré la présence de plusieurs gares.

Diagnostic

Contexte territorial → Accessibilité du Haut-Doubs

- Axe structurant de la N57 du Nord depuis Besançon au Sud-Est jusqu'à Jougne / frontière Suisse, principaux flux routier du massif.
- Axes secondaires au départ de Pontarlier permettant un maillage du territoire.
- Plusieurs gares TER et gare TGV de Frasne sur l'axe Paris-Lausanne.
- Aéroport de Genève à moins d'1h30. Vols réguliers vers de nombreuses destinations.

Bonne accessibilité en voiture avec l'axe structurant de la N57. Proximité des grands axes routier d'accès au territoire.

La desserte intérieure en transport en commun et en mobilité douce du haut Doubs est en revanche un point faible avec une forte dépendance au transport routier malgré la présence de plusieurs gares.

Cartographie de l'accessibilité du Haut Doubs

Diagnostic

Définition du tourisme et des loisirs

Quelle définition du tourisme ?

Forme particulière de mobilité, le tourisme s'analyse classiquement en termes de flux d'échanges et de personnes et en termes de zones d'émission et de réception.

Les déplacements qui lui sont associées sont essentielles au fonctionnement des systèmes touristiques : durées et distances, modalités des transits.

Par les déplacements qu'il met en jeu, le touriste exprime un certain rapport au territoire, celui d'où il vient autant que celui où il va.

Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité.
INSEE

Le tourisme (de l'anglais tourism, 1811 ; francisé en tourisme, 1841) est défini en géographie comme un ***système d'acteurs, de lieux et de pratiques permettant aux individus la recréation par le déplacement et l'habiter temporaire hors des lieux du quotidien*** *(Knafou et Stock, 2003). La définition du tourisme, selon les normes internationales retenues par la commission statistique de l'ONU, englobe tout* ***voyage hors du domicile habituel pour au moins une nuit et au plus un an, et pour tout motif*** *: affaires, vacances, santé, etc. Le tourisme se distingue des loisirs par sa temporalité, celle des loisirs prenant place dans le quotidien, par exemple à l'échelle d'une journée ou d'une soirée, sans nuitée hors du domicile. On parle d'excursionnisme pour une sortie à la journée.*

Source : Géoconfluences

Diagnostic

Définition du tourisme et des loisirs

Quelle définition des loisirs ?

Le loisir est l'activité que l'on effectue durant le temps libre dont on peut disposer. Ce temps libre s'oppose au temps prescrit, c'est-à-dire contraint par les occupations habituelles (emploi, activités domestiques, éducation des enfants…) ou les servitudes qu'elles imposent (transports, par exemple). *Larousse*

Au singulier, le loisir renvoie au temps affranchi des exigences du temps contraint, en particulier du temps travaillé.

Au pluriel, les loisirs se réfèrent à l'ensemble des activités récréatives s'exerçant autant dans l'espace local et le temps du quotidien que dans l'espace-temps du tourisme

Ainsi, non seulement les loisirs constituent une catégorie spécifique du loisir (par distinction du sommeil, du repas, des discussions…) mais les loisirs ne se posent pas en rupture avec le quotidien, ni avec le travail, ni avec le tourisme. *INSEE*

*La **différence entre loisirs et tourisme est aussi une question d'échelle temporelle**. Alors que l'une des définitions du tourisme est le fait de passer au moins une nuit hors de chez soi pour un motif non professionnel, le loisir regroupe les activités à la journée, c'est-à-dire l'excursionnisme. Cela implique aussi une nécessaire proximité avec le lieu de résidence.*

*Ainsi, alors que le tourisme forme un secteur économique à part entière, voire une « industrie », les **loisirs sont inclus dans le cadre plus général de l'économie présentielle ou résidentielle.** Lorsqu'elles sont d'accès gratuit, les activités de loisirs échappent à la statistique officielle, et doivent être quantifiées par des indicateurs indirects (montants des équipements sportifs achetés par ménage, nombre de licenciés des fédérations sportives ou de cartes de chasse ou de pêche) et des enquêtes (sur la pratique de la lecture, le temps passé devant la télévision, etc.)*

Source : Géoconfluences

Diagnostic

Définition du tourisme et des loisirs

Pourquoi un master plan des loisirs et du tourisme ?

Le secteur compte **environ 1 000 emplois** touristiques directs mais fait vivre indirectement de nombreux acteurs.

Bien que l'économie du tourisme et des loisirs est en déclin sur les hébergements marchands, le volume de consommations locales sera à la hausse pour les loisirs avec une augmentation de la population estimée **à + 15 000 d'ici à 2040**.

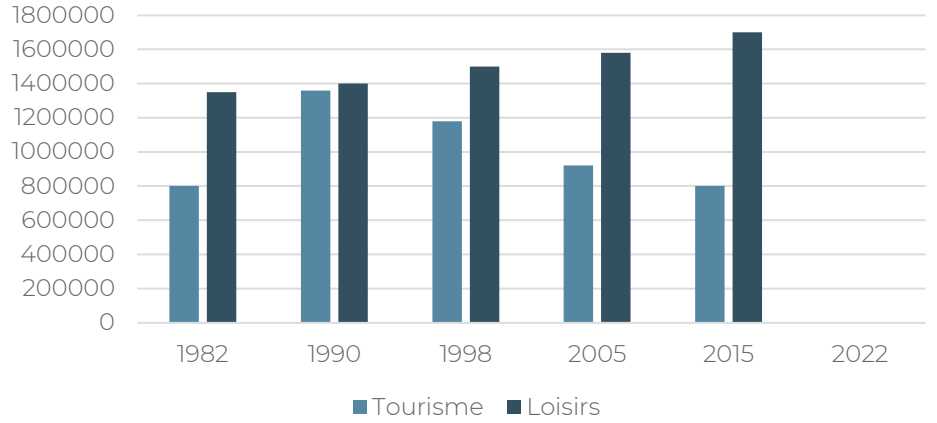
L'économie du tourisme ne représente aujourd'hui que 3% du PIB du Haut-Doubs, la mesure d'un secteur peu structuré est complexe, il n'est pas réalisé dans sa totalité via le PIB, l'activité bénévole et les loisirs ne sont pas comptabilisés alors que ces activités sont **vecteurs d'attractivité forts**. Cette économie est aussi créatrice de **passerelle** sur différents secteurs d'activités.

***Indicateurs* de « bonheur », de « bien être » et de « valeur – ADN » plutôt que le PIB ?**

Hormis les hébergements touristiques qui intègrent pleinement cette composante de nuitées**, les activités dites touristiques dans le Haut-Doubs sont utilisées, pratiquées par d'autres profils d'utilisateurs : les habitants et les excursionnistes.** Les loisirs sont autant à destination des touristes/excursionnistes qu'à destination des habitants.

Historique de la répartition des clientèles tourisme et loisirs

Répartition tourisme – loisirs des clientèles du Haut-Doubs (en%)



Types de clientèles	1982	1990	1998	2005	2015	2022
Tourisme	800.000 37 %	1.360.000 49 %	1.180.000 44 %	920.000 37 %	800.000 32 %	NC
Loisirs	1.350.000 63 %	1.400.000 51 %	1.500.000 56 %	1.580.000 63 %	1.700.000 68 %	NC

Source : SMIX – unité en volume de journées consommées

Des clientèles de plus en plus loisirs que tourisme dans le Haut-Doubs, tendance qui se confirme dans le temps.

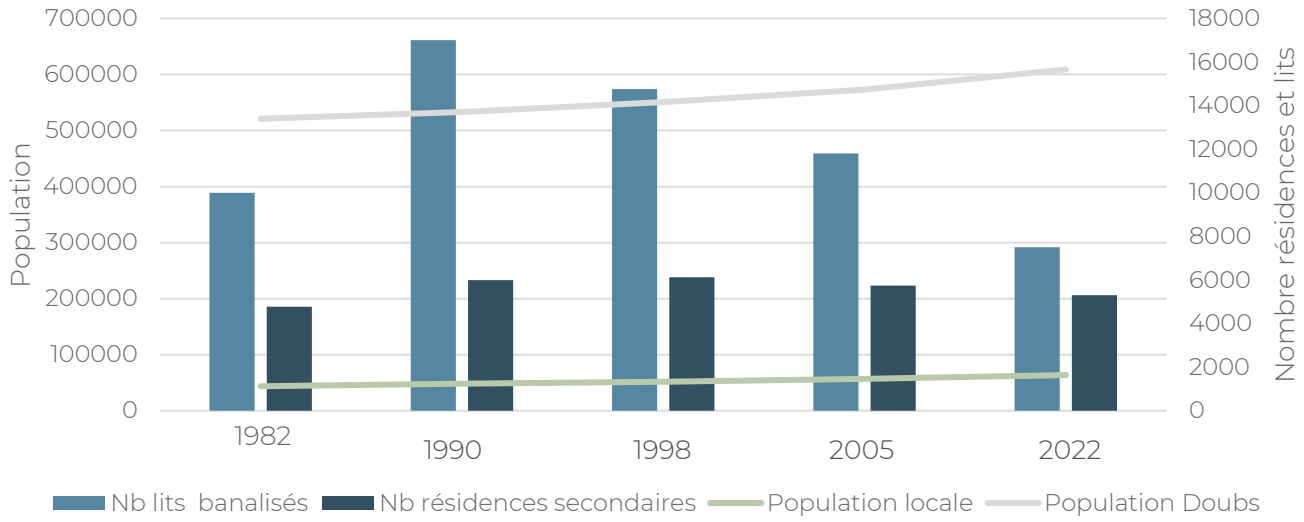
La **population de proximité à la journée** (Doubs, Jura, Côte d'Or…) est estimée par rapport aux indicateurs de certaines activités (ski, visites sites …) environ, **à minima 300.000 journées/an**. Le profil des **résidents secondaires** a **fortement muté,** avec lui la consommation locale. À l'origine fortement représenté par des propriétaires extérieurs à la région avec une consommation « touristique » il a changé au profit d'une majorité de **propriétaires plus âgés et originaire d'une proximité immédiate au territoire, qui restent plus longtemps et consomment différemment → Phénomène de résidentialisation.**

Pour la partie tourisme, **la baisse a été deux fois plus forte sur le secteur Mont d'Or et lacs ou le parc a très fortement diminué**. A l'inverse de Pontarlier ou le parc hôtelier a peu diminué et draine une clientèle majoritairement d'affaire.

Diagnostic

Historique de la répartition des clientèles tourisme et loisirs

Evolution de la structure des lits touristiques (marchands et résidences secondaires)
Parallèlement à l'évolution de la dynamique démographique.



Source : SMIX

Structure territoire	1982	1990	1998	2005	2022
Nb lits banalisés	10.000*	17.000*	14.750*	11.800*	10.000*
Nb résidences secondaires	4775	6000	6123	5740	5300
Population locale	44.100	48.300	51.700	57.000	64.000
Population Doubs	477.000	485.000	499.000	516.000	545.000

* : estimation

Le Développement d'une offre importante et élargie dans les années 1990-2000 a provoqué un taux de consommation plus élevé que dans la décennie précédente notamment pour les populations locales et de proximité.

L'absence de renouvellement des lits à partir des années 2000 et la pression foncière ont engendré une diminution structurelle de la capacité d'accueil touristique séjournante.

Diagnostic

Contexte territorial → Zonages des pôle activités de loisirs

Au sein du Haut-Doubs on constate plusieurs polarités touristiques, issues des différentes études menées par le SMMO, Dianeige et le diagnostic Protourisme :

- D'abord l'agglomération de Pontarlier qui concentre l'offre de loisirs, culturelle et patrimoniale.
- Un axe culture/patrimoine de Montbenoît à la cluse Mijoux.
- Un pôle patrimoine nature / environnement sur le plateau du Drugeon.
- Un pôle d'attractivité tourné sur l'eau et les activités nautiques autour du lac de Saint-Point.
- Des pôles d'activités de pleine nature et notamment autour du ski le long de la frontière Suisse.

Une diversité de pôles d'activités touristiques et de loisirs.

Un déséquilibre des activités sur le territoire avec une faible offre au Nord Ouest.

Diagnostic

Les éléments clés à retenir

Carte d'identité du Haut-Doubs

- Environ **1000 emplois** directs liés au tourisme.
- Tourisme représente un **PIB de 3%**
- **6** points d'accueil touristiques
- **Une baisse progressive des lits touristiques** (20 000 en 1985, 15 000 en 2000 et 8 000 en 2015) VS **une augmentation du nombre d'habitants**.

Au-delà des activités touristiques et de loisirs, de nombreuses associations sportives, culturelles, … participent à l'animation et la vie du Haut-Doubs. Ces activités non marchandes, bien souvent portée par des bénévoles, bien que non marchande, participe indirectement à l'activité économique du Haut-Doubs. Le rôle social et local des activités de loisirs et touristiques est fort. Il faut prendre en considération cette structuration du territoire singulière.

Ski et APN

3 stations de ski alpin et 6 autres sites, 19 sites nordiques, 2 lacs avec activités, randonnées pédestres et cyclo…

Offre Indoor

Pontarlier concentre l'offre indoor des loisirs du territoire : cinéma, bowling, musées, … avec des pôles secondaires comme le centre aqualudique de Malbuisson.

Patrimoine, culture

2 sites majeurs : Château de Joux et abbaye de Montbenoit, musées, maison et expositions

Sites naturels et environnement

Grande diversité de sites naturels (lacs, forêts, montagne…), 2 réserves naturelles

Un tourisme aujourd'hui fortement basé sur l'offre d'activités de pleine nature, ludo-sportives outdoor ; en moindre mesure culturelle. Une offre touristique et de loisirs qui permet une forte autoconsommation → un rôle social et local fort.

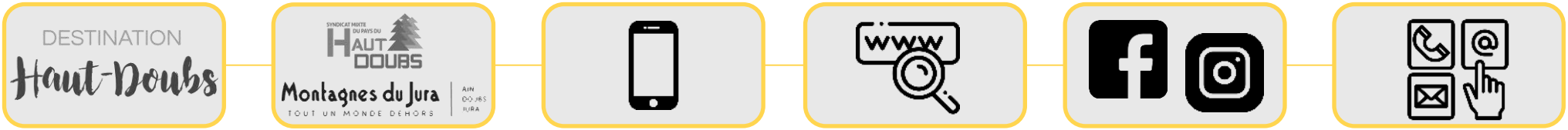
Protourisme

Diagnostic Flash

1.2. Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

Diagnostic

Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme
Promotion et commercialisation



« Une destination authentique reconnue pour son cadre naturel, ses activités hivernales, également nautiques et son patrimoine qui bénéficient d'une attractivité notoire. »

En lien avec une clientèle locale en ***autoconsommation*** *et des bassins de proximité* ***fidèle en excursion et en séjour ;*** *également une clientèle doubiste en* ***croissance,*** *augmentée par les nouveaux arrivants.*

La ***communication et la commercialisation*** *de la destination sur l'ensemble des clientèles* ***loisirs et tourisme*** *restent un enjeu important afin d'assurer la diffusion et la consommation de l'offre.*

Diagnostic

Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

Promotion et commercialisation

Site internet de l'OT Destination Haut-Doubs :

- ✓ **Premier site référencé**
- ✓ Version anglaise et allemande disponible
- ✓ Un design moderne et ludique
- ✓ Les différentes destinations bien identifiables avec les activités à faire
- ✓ Bonne exhaustivité de l'offre d'activités
- ✓ Un **travail important d'unification de communication**

- × Version hiver bien identifiable mais difficile de trouver la trame verte
- × Site tourisme ⇔ cohérent avec un positionnement de la structure comme Office de Tourisme mais qui ne réponds pas à l'ambition d'une **vision unique ~~Loisirs~~ & tourisme**
- × Une **unité de communication qui n'est pas encore totalement acquise notamment** : Chapelle des bois possède encore un site propre obsolète, Frasne (et ses tourbières), Levier, sont peu référencés directement sur le site destination Haut Doubs.

Diagnostic

Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

Promotion et commercialisation

Site du SMIX Haut-Doubs

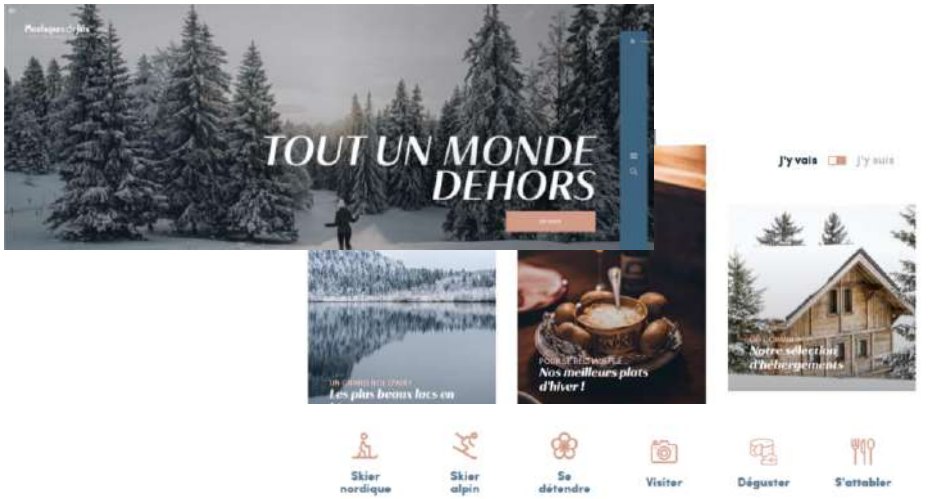
- ✓ Site à caractère régalien avec un bon référencement
- ✓ Compétences & services bien identifiables
- ✓ Pas de redondances avec le site de l'OT

- × **Pas de compétences et de communication sur les loisirs**
- × Design et charte graphique différent (plus ancien et moins ludique)

Recouvrement et articulation avec le site de Montagnes du Jura

- ✓ Nombreuses activités présentées et souvent différentes de celles que l'on peut retrouver sur le site de l'OT

- × Offre non exhaustive des activités, hébergements et services proposés dans le Haut Doubs (35 résultats)
- × Pas de hiérarchie de l'information, nombreuses activités passées à la trappe mais présence de lien vers les CC ou OT.
- × Pas de renvoi direct vers le site de l'OT.



Diagnostic

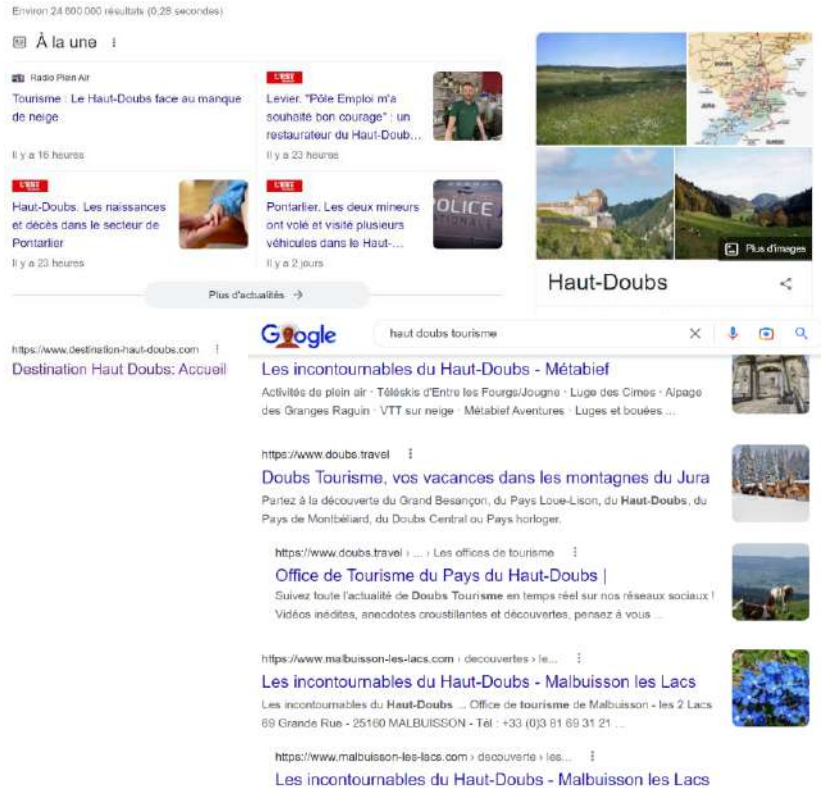
Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

Promotion et commercialisation

Référencement du Haut-Doubs sur le web :

- ✓ Bon référencement de la destination et sur les activités à faire.
- ✓ Pages sur le tourisme dans le Haut-Doubs dans les meilleurs référencements.
- ✓ Achats en ligne possibles pour certaines activités (ski alpin Métabief, château de Joux, aqua2lacs notamment)

- × Peu de référencement directs sur les services et commerces disponible sur le territoire.
- × **Peu de référencement sur les offres d'hébergement et quasi absence d'offre packagées**.
- × Pas de centralisation des achats sur internet, réservation et achat possible de certaines activités indépendamment des autres mais parcours client difficile.
- × Certaines communes ont un mauvais référencement de leur offre d'activités de loisirs et touristiques.



Diagnostic

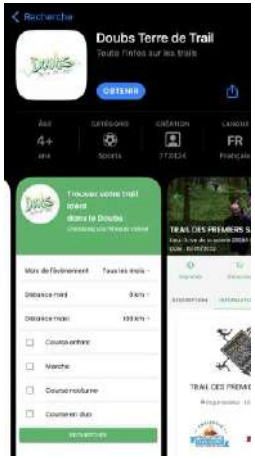
Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

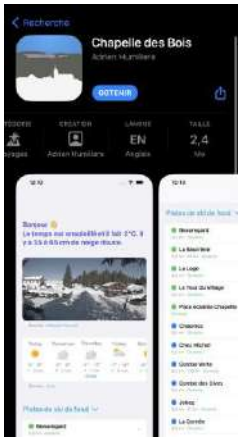
Promotion et commercialisation

Application mobile et Adaptabilité des supports mobile :

- ✓ Site OT et SMIX en responsive design (adaptée aux différents formats de support numérique)
- ✓ Une application existante sur Chapelle des Bois (point de vigilance quant à l'unité de communication), Pontarlier (commerces), trail dans le Doubs, ...

- × Pas d'application mobile existante sur la destination Haut-Doubs qui regroupe les différentes thématiques.
- × Pas de plan des sentiers, activités, loisirs, sites de visites **interactifs**.





Diagnostic

Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

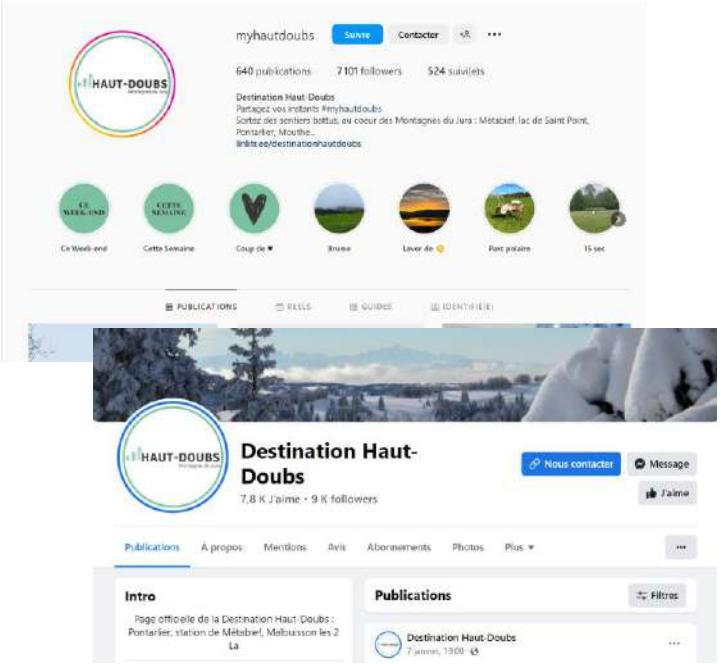
Promotion et commercialisation

Les réseaux sociaux du Haut Doubs :

- ✓ 7 pages FB : Page Haut Doubs destination, ligne éditoriale qui couvre toutes les activités sportives mais aussi culture/patrimoine, animation/événement / posts réguliers. → plus de 45k fans
- ✓ 2 comptes Instagram : contenus diversifiés avec des visuels de paysages et patrimoines, des activités/ rdv.

  → 13k abonnés avec environ 500 likes en moyenne
- ✓ Communauté relativement importante sur les RS (*Fb et Insta*).
- ✓ 6 pages Tripadvisor
- ✓ 1 chaîne Youtube
- ✓ #Hautdoubs représentatif et valorisé grâce à des posts de qualité

- × Mauvais référencement de la page FB (31ème position)
- × **Pas de présence sur Linkedin, Tiktok, Youtube** (peu active), **…**
- × Ligne éditoriale différente selon les différents sites touristiques (Métabief compte par exemple une multitude de pages bien différentes)



Diagnostic

Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

Promotion et commercialisation

Les supports de communication physiques, print, PLV, …

- ✓ Construction d'une charte commune « Destination Haut Doubs » assurant une communication cohérente sur l'ensemble des support de l'OTPHD
- ✓ La culture de marques locales à forte plus values (Métabief, Chapelle des Bois, Le Saugeais/Montbenoît, Château de Joux, Pontarlier, …)

- × Une **inclusion** des logos et marques sous la marque « Destination Haut Doubs » à réaliser.
- × Homogénéisation de la destination Haut-Doubs sur l'ensemble de la communication et de la commercialisation
- × Un travail d'**identité sur le territoire qui n'est pas réalisé** (portes d'entrées du territoire, des sites touristiques et de loisir, …)

La destination Haut-Doubs ne dispose pas d'un positionnement marketing global affirmé par tous les acteurs et les marques locales ; avec toutefois des complémentarités évidentes restant à cultiver. Le positionnement se cale sur celui de « Montagnes du Jura » en compilant des offres de diverses nature sans toutefois réussir à ce jour à démontrer de la complémentarité pour mettre à profit le caractère « mosaïque » de ce territoire.

Diagnostic

Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

Avis clients & e-clients

Trois sites emblématiques				
Château de Joux	4,5/5	/5	4,5/5	▪ *Bon cadencement des visites* ▪ *Lieu incontournable du Haut-Doubs* ▪ *Patrimoine exceptionnel et guides intéressants*
Station de Métabief	4 / 5	4,5 / 5	4,4 / 5	▪ *Beau domaine, paysages exceptionnel et prix intéressants* ▪ *Station familiale et pour tous les niveaux* ▪ *Nombreuses activités sur la station*
Aqua2lac	3,5 / 5	3 / 5	4 / 5	▪ *Piscine très agréable et ludique* ▪ *Relativement cher et pas forcément adaptée aux familles* ▪ *Beaucoup de monde à certains moments*

Les satisfactions des clients

La destination Haut-Doubs est appréciée de tous pour son coté découverte, nature, ressourcement et la multitude d'activités proposée. Un cadre et des panoramas exceptionnels, des lieux patrimoniaux intéressants, un bon rapport qualité prix, une gastronomie identitaire avec des habitant accueillants.

Les valeurs d'attractivités du territoire par récurrence selon la perception des acteurs et avis clients

Les insatisfactions des clients

En revanche l'accessibilité sur les différents sites est parfois compliquée, la qualité des hébergements et des services n'est pas toujours au rendez-vous. Des offres d'activités nautiques, d'itinérance et certaines autres APN qui ne sont pas à la hauteur…

Protourisme

Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

La demande

➢ Les clientèles dans la Région Bourgogne Franche-Comté : &

Source : Observatoire des clientèles touristiques 2021

Environ 1/3 (33,4%) de la clientèle en séjour provient de la région Île de France
20 % de l'AURA
13,4 % du Grand Est
7,2 % des Hauts de France
5,8 % du PACA

96 % de clientèle française
4 % de clientèle étrangère

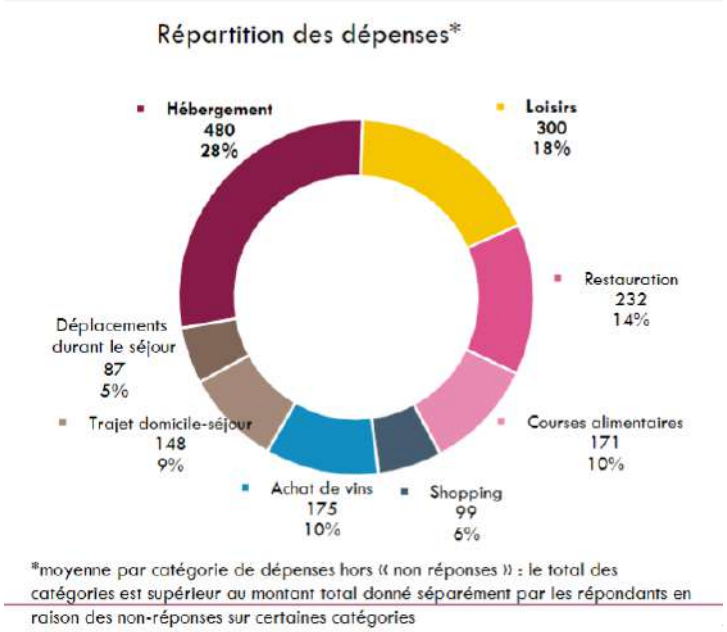
Les Pays-Bas et l'Allemagne pèsent à hauteur de 12 % chacun de la clientèle étrangère totale

- 4 % moins de 35 ans
- 23 % entre 35 et 49 ans
- **40 % entre 50 et 64 ans**
- 28 % de plus de 65 ans

Une surreprésentation des séniors / retraités de la clientèle touristique de la région

- 20 % de classe aisée
- 29 % de classe moyenne
- 8 % de classe populaire/étudiants
- **34 % de retraités**

Près de **40 % des touristes viennent régulièrement** contre **28 % de primo visiteurs** pour une courte durée **(1-2 nuits) pour 32%** d'entre eux, **moins d'une semaine pour 33 %, une semaine pour 19 % d'entre eux.**



Les données concernent l'ensemble de la région Bourgogne Franche-Comté, pas de zoom disponible à l'échelle du territoire Pays du Haut Doubs.

Analyse marketing et commerciale de l'économie des loisirs et du tourisme

La demande

➢ Les clientèles dans les montagnes du Jura : &

Source : Chiffres clés du tourisme montagne du Jura 2021

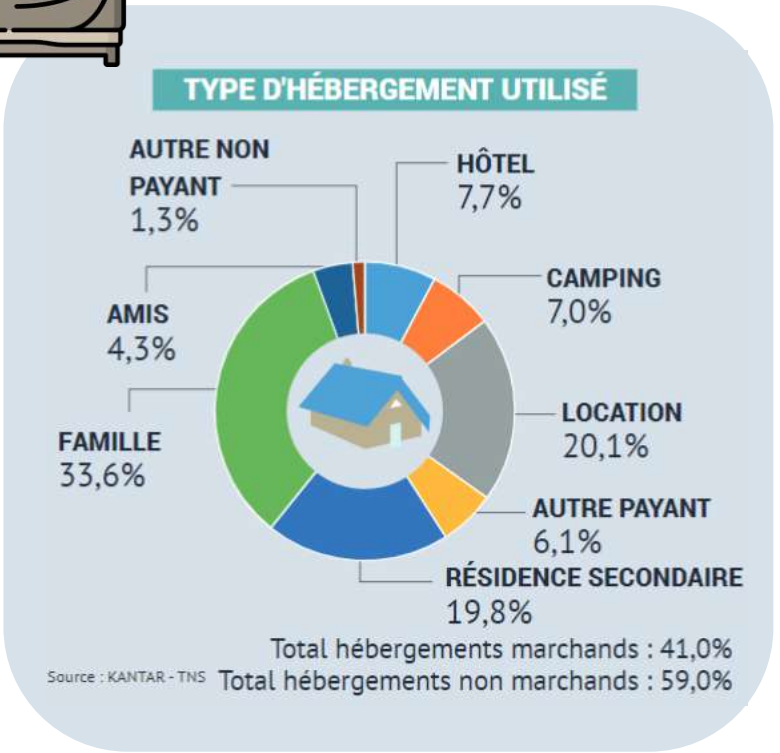
- **Plus d'1/4 (26 %)** de la clientèle en séjour **provient de la région AURA**
  - 19,1 % d'Île de France
  - 12,2 % de Grand Est
  - 11,4 % de Bourgogne Franche-Comté
  - 7,9 % des Hauts de France

12,9 millions de nuitées françaises et 6,9 millions de nuitées étrangères

96 % de clientèle française
4 % de clientèle étrangère

La Suisse pèse 34% de la clientèle étrangère totale

Durée Moyenne de Séjour de 4,5 jours



Les données concernent l'ensemble du massif du Jura (25, 01, 39), pas de zoom disponible à l'échelle du territoire Pays du Haut Doubs.

Diagnostic Flash

1.3. L'hébergement touristique sur le territoire

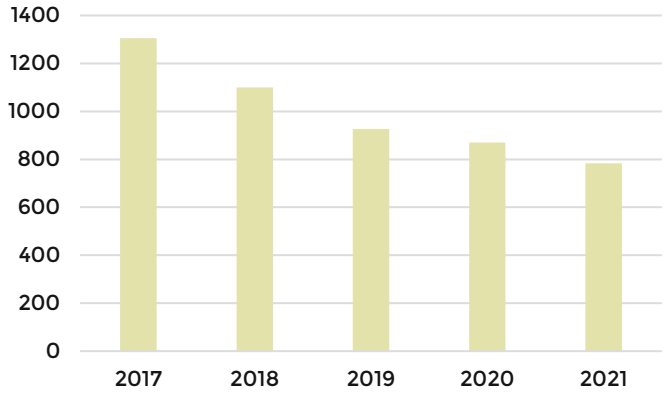
Diagnostic

Protourisme

L'hébergement touristique sur le territoire

Hébergements marchands sur le Haut-Doubs

Nombre d'hébergement marchands dans le Haut-Doubs



- En 2020, on comptabilise **871 hébergements marchands (-6%)** dans le Haut-Doubs, **soit 9 982 lits marchands (- 4,3 % par rapport à 2019). On compte 783 hébergements marchands en 2021** répartis dans :

30 hôtels (- 2)

9 campings (-1)

39 chambres d'hôtes (-3)

34 héb. Collectifs (- 4)

671 meublés de tourisme

Fréquentation touristique :

- En 2021, il y a eu un total de **324 461 nuitées marchandes** dans le Haut-Doubs **(-3,7 % par rapport à 2020)** répartis de cette façon :

2020

	NUITÉES	RECETTES
Lacs & Montagnes du Haut-Doubs	251 057	157 864€
Grand Pontarlier	78 884	60 426€
Frasne	1 084	599€
Altitude 800	5 664	3 534€
Montbenoît	Nc	Nc

2021

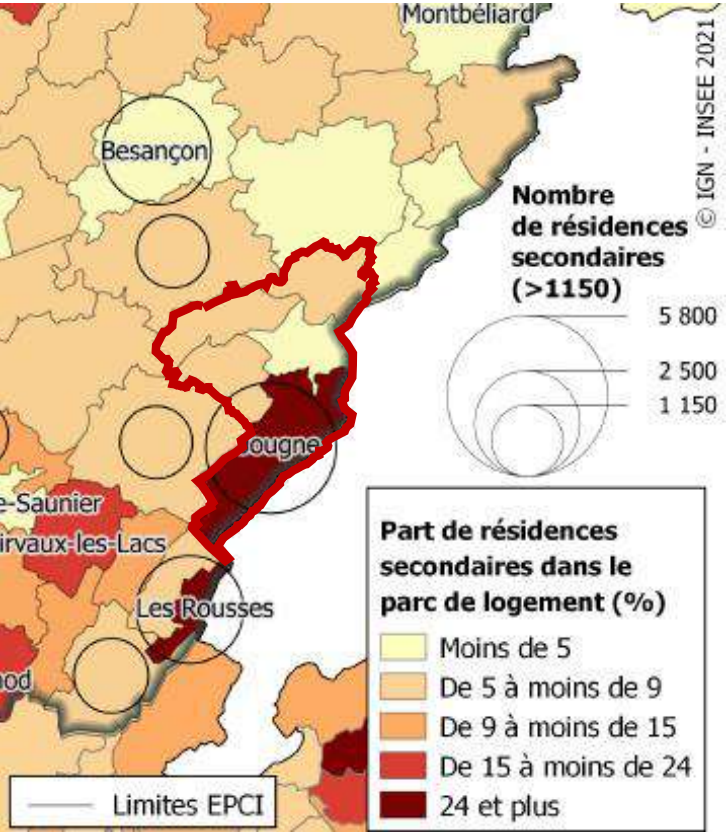
	NUITÉES	RECETTES
Lacs & Montagnes du Haut-Doubs	220 911	154 973€
Grand Pontarlier	94 988	70 976€
Frasne	1 385	776€
Altitude 800	7 277	3 131€
Montbenoît	Nc	6 337€

Source : Chiffre clés Haut Doubs

Diagnostic

L'hébergement touristique sur le territoire

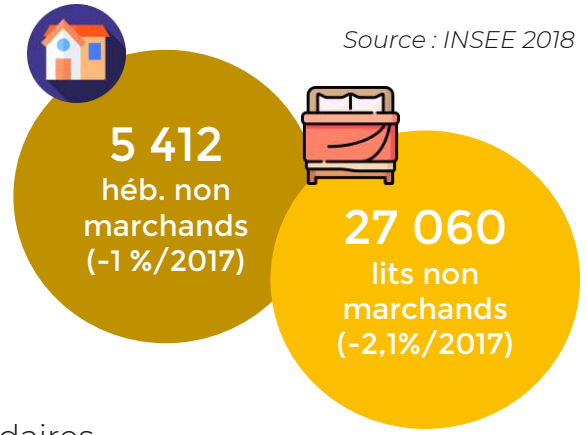
Hébergements non marchands sur le Haut-Doubs



Source : INSEE

On dénombre en 2018 dans le Haut Doubs :

Source : INSEE 2018



Évolution des résidences secondaires (en %) entre 2011 et 2017 :

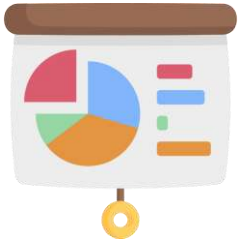
- Lacs & Montagnes du Haut-Doubs : - 6,6 %, forte concentration de RS transformées en résidence principale.
- Grand Pontarlier : + 42,4 %, très fort développement et très forte mobilité du parc.
- Frasne : + 1,8 %, territoire où la représentativité du parc n'est pas significative.
- Altitude 800 : + 6,5 %, territoire où la représentativité du parc n'est pas significative.
- Montbenoît : - 11,7 %, territoire où la représentativité du parc n'est pas significative.

Le chiffre est variable selon les périodes de l'année, car certains propriétaires n'hésitent pas à passer temporairement leur résidence secondaire en AirBNB en haute saison.

Diagnostic

L'influence du fort pouvoir d'achat et de la politique de défiscalisation

Rôle des investisseurs et banques VS parc immobilier touristique en mutation



Constat du **marché pour les banquiers** : baisse de l'hébergement marchand professionnel VS dynamique important de la demande d'occupation touristique (usages professionnels et vacances) et des clients locaux en capacité d'investir et de placer leur argent.

Les clients

Particuliers (pour la plupart frontaliers)

1. Résidence principale dont l'activité principal est hors tourisme
   + construction appartement meublé pour occupation de la famille et location pour optimisation financières
2. Niche fiscale Meublé de tourisme (Micro BIC) → amortissement du meublé sur 25 ans pour déclaration 0 d'impôt pour environ 25 ans.
3. LMNP à la marge car pas ou peu de résidence de tourisme sur le secteur.

Professionnels

1. Accompagnement de toute typologie de projet avec un modèle économique viable loisir et tourisme.

NB : forte pression foncière en général, notamment sur l'activité locative tourisme/loisir prise en compte par les banques.

2. D'une manière générale les banques locales soutiennent peu de projet hébergements par manque de projet. Les dernières implantations sont des chaines (kyriad, Accor,…) dépendantes de banques nationales.

Une offre CtoC en croissance structurelle par avantage concurrentiel fort : investisseurs, demande client, carence en hébergement marchand professionnel.

NB : une structuration du MICE favorable à ce développement : peu de marché groupes et séminaires mais demande forte des professionnels de passage.

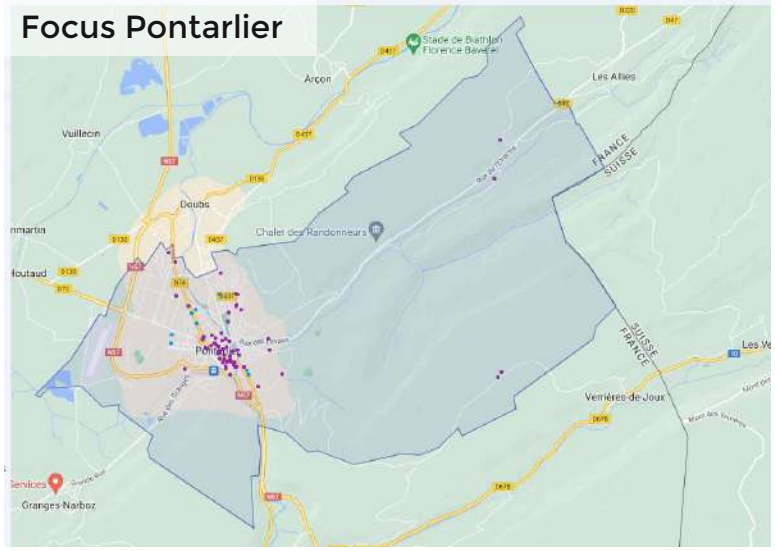
Diagnostic

L'hébergement touristique sur le territoire

Hébergements marchands dans le Haut-Doubs sur les plateformes de réservations

Source : AirDNA

	Août 2022	Evolution /Août 2021	Total cumulé août 2021 à août 2022	Novembre 2022	Evolution / Novembre 2021	Total cumulé novembre 2021 à novembre 2022
Offre en nuits	**13 216**	+36,3%	**131 352**	**9 708**	+47,1%	**128 217**
Recettes	**1 144 850 €**	+23 %	**7 659 171 €**	**396 468 €**	+51,6 %	**7 291 779 €**



En 1 an : on observe une forte augmentation de l'offre en nuits entre **+ 30 à + 50 %** selon la période. C'est **le secteur de Pontarlier qui ressort fortement et qui voit la plus forte progression.**

→ Parallèlement depuis plusieurs années on observe une baisse de l'offre d'hébergement marchand professionnel dans le centre ville que l'on constate ici, au profit de la location de meublés sur les plateformes. Les hébergements marchands professionnels (hôtels +++) aujourd'hui principalement de chaînes s'exportent en périphérie.

Diagnostic

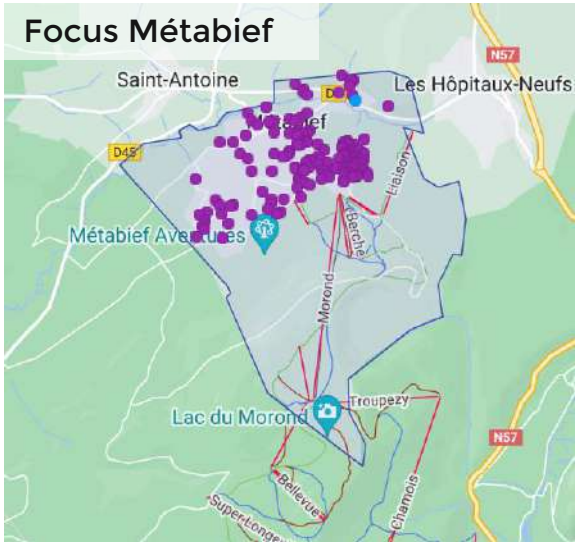
L'hébergement touristique sur le territoire

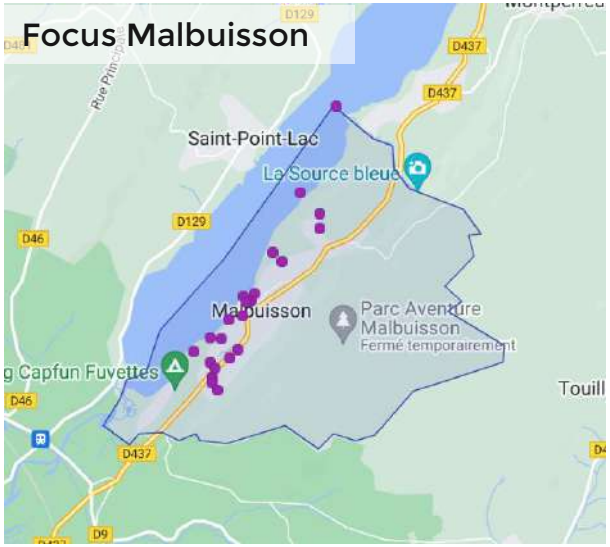
Hébergements marchands dans le Haut-Doubs sur les plateformes de réservations

Source : AirDNA

	Dec	Janv	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sep	Oct	Nov
Nombre d'annonces en 2022	420	447	429	476	477	484	509	549	535	490	505	498
Nombre d'annonces en 2021	331	320	317	326	319	323	333	422	378	339	343	336
Variation entre 2021 et 2022 (en %)	27%	40%	35%	46%	50%	50%	53%	30%	42%	45%	47%	48%

	Dec	Janv	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sep	Oct	Nov
Taux d'occupation des annonces en 2022	53%	46%	83%	43%	43%	41%	44%	63%	78%	51%	50%	37%
Taux d'occupation des annonces en 2021	40%	42%	76%	46%	32%	47%	49%	62%	76%	44%	45%	40%
Variation entre 2021 et 2022 (en %)	32%	9%	9%	-7%	35%	-13%	-11%	1%	3%	16%	12%	-7%





Si l'on observe à l'échelle du Haut Doubs **une baisse progressive des hébergements marchands professionnels,** on constate, à l'inverse une **forte hausse des offres de nuitées sur les plateformes de réservation** (jusqu'à **+ 51,6 %** entre novembre 2021 et novembre 2022).

→ Métabief et Malbuisson sont les deux communes du Haut-Doubs ; avec Pontarlier ; qui compte le plus d'annonces sur les plateformes de réservation.

Diagnostic

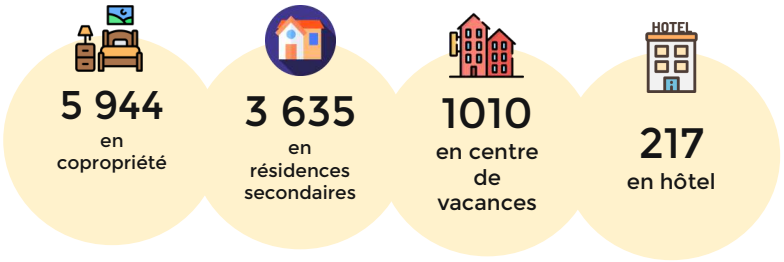
L'hébergement touristique sur le territoire

Données CONITIFF sur les stations de Métabief et les Fourgs

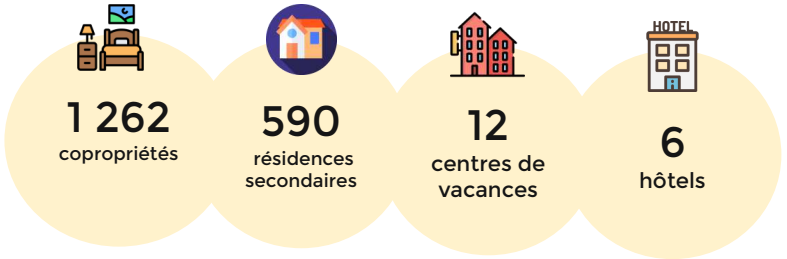
métabief montagnes du Jura

Communes de Métabief, Les Longevilles et Jougne

D'après CONITIFF un total de **10 806 lits** dont :

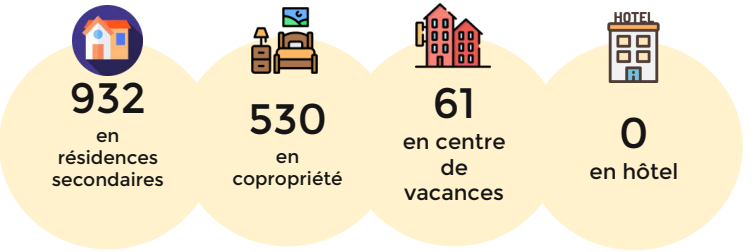


- **1 865 hébergement touristiques** contre **2 075 hébergements non touristiques.**
- Plus d'**1/3** (3500 environ) de ces lits ont été construits entre **1970 et 1979** et plus de **75 %** de ces lits ont été construits **avant 1989.**



Station des Fourgs

D'après CONITIFF un total de **1 523 lits** dont :



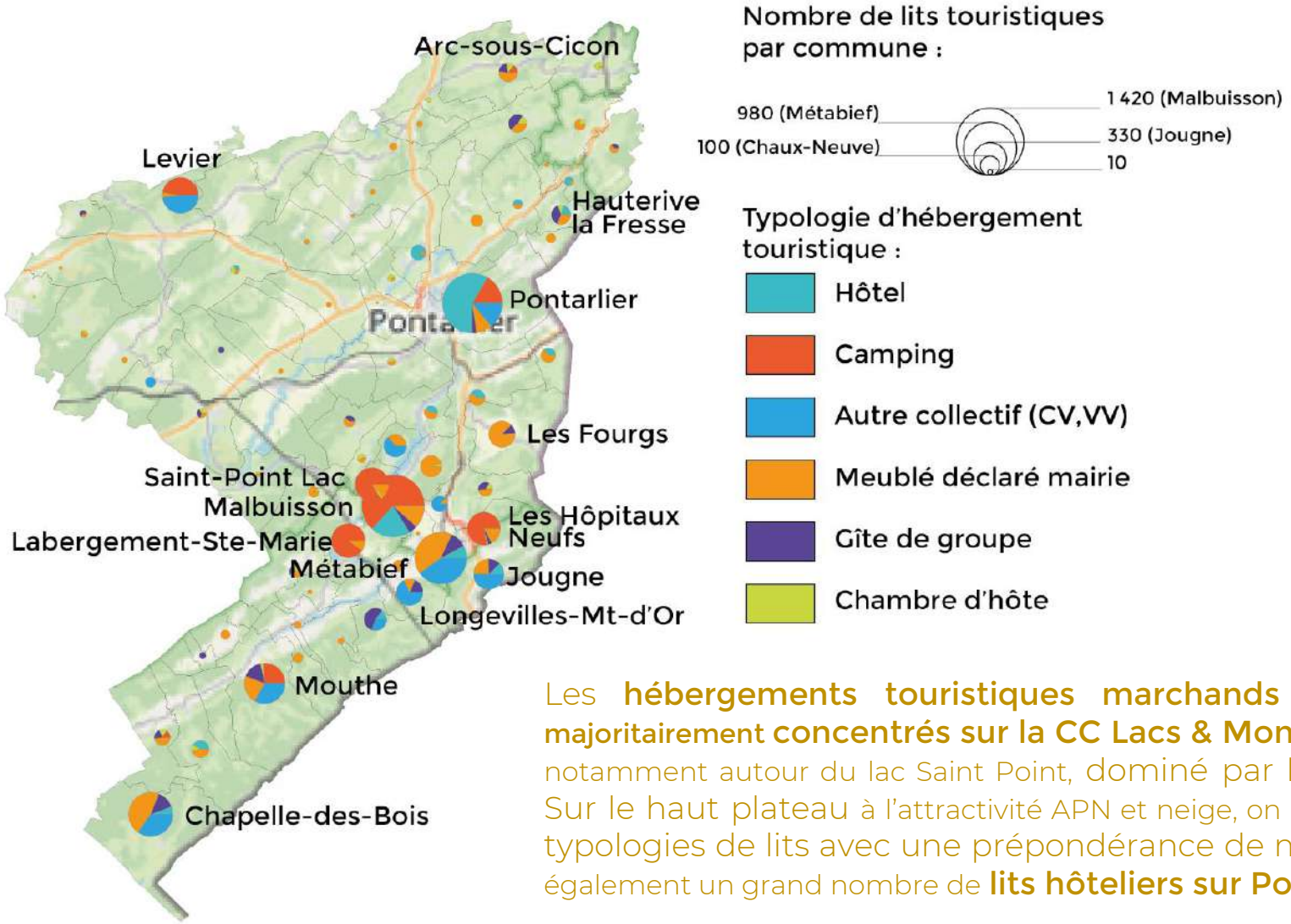
- **245 hébergement touristiques** contre **693 hébergements non touristiques.**
- **1/3** (508) de ces lits ont été construits entre **1980 et 1989** et plus de **80 %** de ces lits ont été construits **avant 1989.**

Diagnostic

Protourisme

L'hébergement touristique sur le territoire

Cartographie du nombre de lits par typologie et par commune des hébergements touristiques du Haut-Doubs

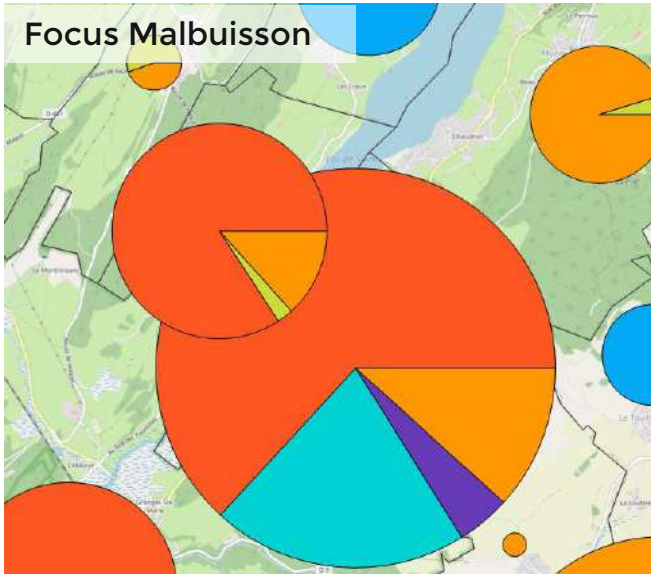


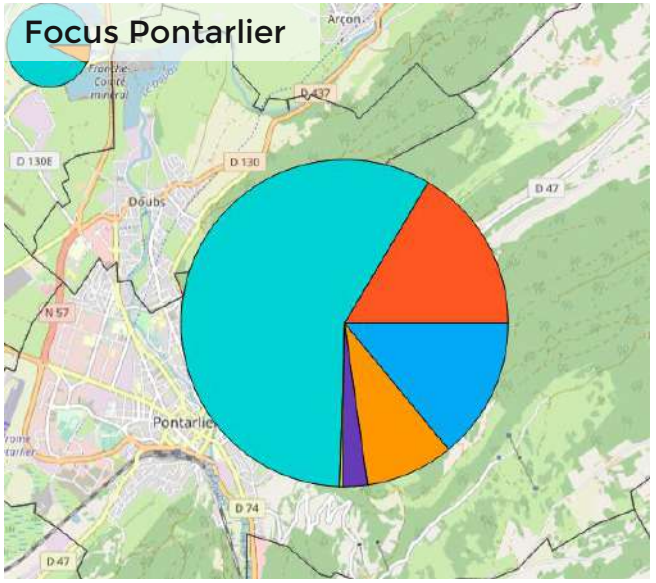
Les **hébergements touristiques marchands** (pro et non pro) sont **majoritairement concentrés sur la CC Lacs & Montagnes du Haut-Doubs** notamment autour du lac Saint Point, dominé par **l'hôtellerie de plein air**. Sur le haut plateau à l'attractivité APN et neige, on remarque une diversité de typologies de lits avec une prépondérance de meublés et CV. On trouve également un grand nombre de **lits hôteliers sur Pontarlier.**

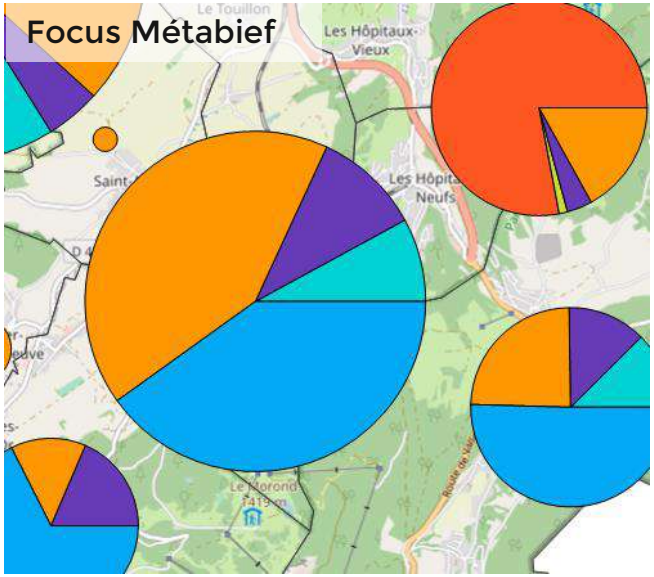
Diagnostic

L'hébergement touristique sur le territoire

Hébergements marchands dans le Haut-Doubs : focus sur les trois communes phares du parc de lits touristiques







Communes	Campings	Hôtels	Chambres d'hôtes	Gîtes de groupes	Meublés	Autres Collectifs	Total par communes	
	Nb de lits	Nb de lits	Nb de lits	Nb de lits	Nb de lits	Nb de lits	Nb d'établissements	Nb de lits
MALBUISSON	900	296	0	62	167	0	43	1425
PONTARLIER	65	626	4	32	301	184	56	1 076
METABIEF	0	78	0	100	411	394	90	983

Sur ces trois communes, les typologies des lits touristiques sont bien différents. **Malbuisson compte 900 lits d'hôtellerie de plein air** (contre 0 à Métabief), **Pontarlier compte près de 800 lits hôteliers** (contre moins de 80 à Métabief). En revanche la majorité des lits touristiques de **Métabief sont dans des hébergements collectifs** (Centre de vacances et villages vacances avec 394 lits)

La fréquentation touristique du Haut-Doubs – donnée Flux vision Orange

Structure de la fréquentation sur le territoire

Fréquentation touristique et excursionnistes sur les 4 dernières années dans le Haut-Doubs selon Flux vision tourisme

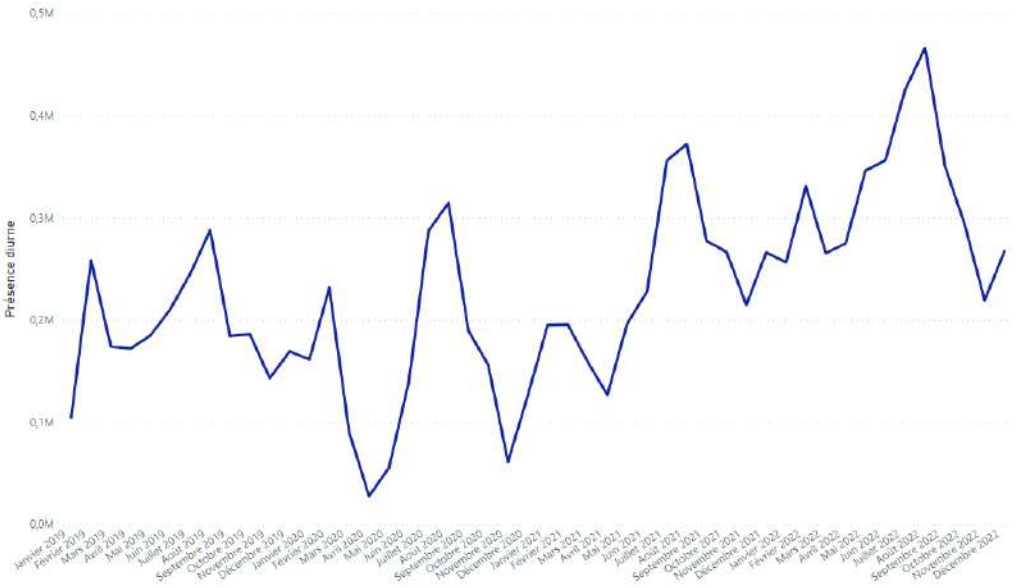
Année	2019	2020	2021	2022
Nombre de touristes (évolution en % / à l'année précédente)	1 654 981	1 383 464 (-14,5%)	1 674 336 (+21,32%)	2 146 136 (+ 28,3%)
Nombre d'excursionnistes (évolution en % / à l'année précédente)	2 320 252	1 839 464 (-20,7%)	2 853 851 (+55,12%)	3 852 508 (+35%)

- Excepté l'année Covid en 2020, **on constate une relative stabilité des chiffres de fréquentation entre 2019 et 2021** aussi bien pour les touristes et les excursionnistes. En revanche, **l'année 2022 présente une hausse de 30% environ des fréquentations touristiques et d'excursionnistes dans le Haut-Doubs.**

- Les **pics de fréquentation sur les 4 dernières années** se situent pendant l'été et notamment le **mois d'août** (nuitée et excursionnistes) avec une apogée en **août 2022 : 296 000 nuitées et 466 000 excursionnistes**. Des **pics secondaires s**ont observés au mois de **février**.

Précautions de lecture : les chiffres présentés ici sont à prendre avec du recul dont un chiffre d'excursionnistes probablement surévalués. En effet, on constate qu'un grand nombre d'excursionnistes proviennent de Suisse expliqué par le fait qu'un nombre élevé d'entre eux sont en réalité des frontalier avec un téléphone ou un forfait suisse.

Saisonnalité de la fréquentation du Haut-Doubs sur les 4 dernières années



Diagnostic

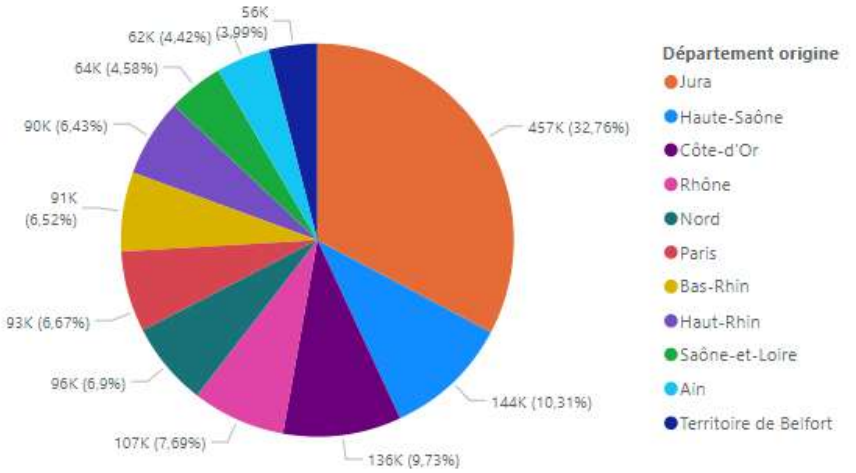
La fréquentation touristique du Haut-Doubs – donnée Flux vision Orange

Structure de la fréquentation sur le territoire

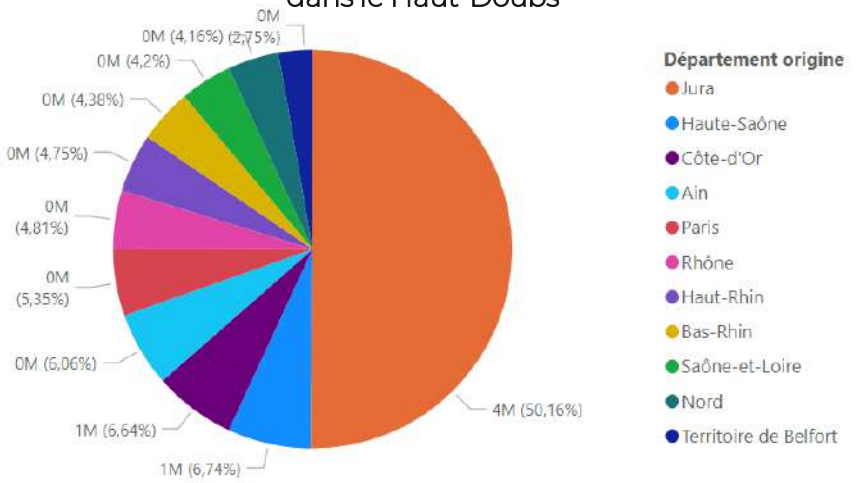
- Le **Jura est le département le plus représenté avec plus de 50% du total des excursionnistes** (environ 4M en 2022) et près **d'un tiers du total de nuitées** (457 000 en 2022). Les autres départements de la région sont aussi en tête des départements d'origine avec **la Haute-Saône et la Côte d'Or.** On retrouve également le département du **Rhône et Paris**. Les **départements alsaciens** sont aussi, dans une moindre mesure, source de nuitées et d'excursionnistes.

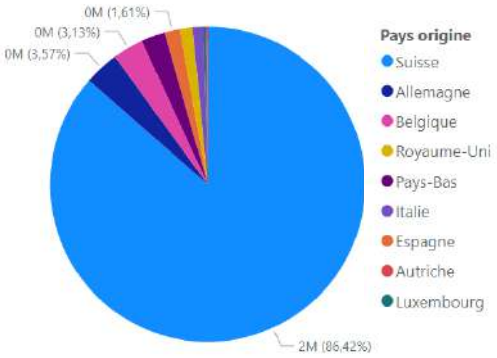
- La **majeure partie de la fréquentation étrangère** (diurne et nuitées) **provient de Suisse** *(même si il faut ces chiffres avec précautions comme expliqué dans l'encart gris),* devant **l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas.** On constate que le nombre de nuitée est relativement faible par rapport aux nombres d'excursionnistes (73 000 nuitées provenant d'Allemagne en 2022 contre 667 000 excursionnistes par exemple).

Nuitée par département d'origine en 2022 dans le Haut-Doubs



Présence diurne (- de 24h) par département d'origine en 2022 dans le Haut-Doubs





Précautions de lecture : les chiffres présentés ici sont à prendre avec du recul avec un chiffre d'excursionnistes probablement surévalués. En effet, on constate qu'un grand nombre d'excursionnistes proviennent de Suisse (2M de nuitées en 2022 ici) expliqué par le fait qu'un nombre élevé d'entre eux sont en réalité des frontalier avec un téléphone ou un forfait suisse.

Protourisme

Diagnostic Flash

1.4. Les activités de loisirs : structuration / part structurante. Etat des lieux et prospectives.

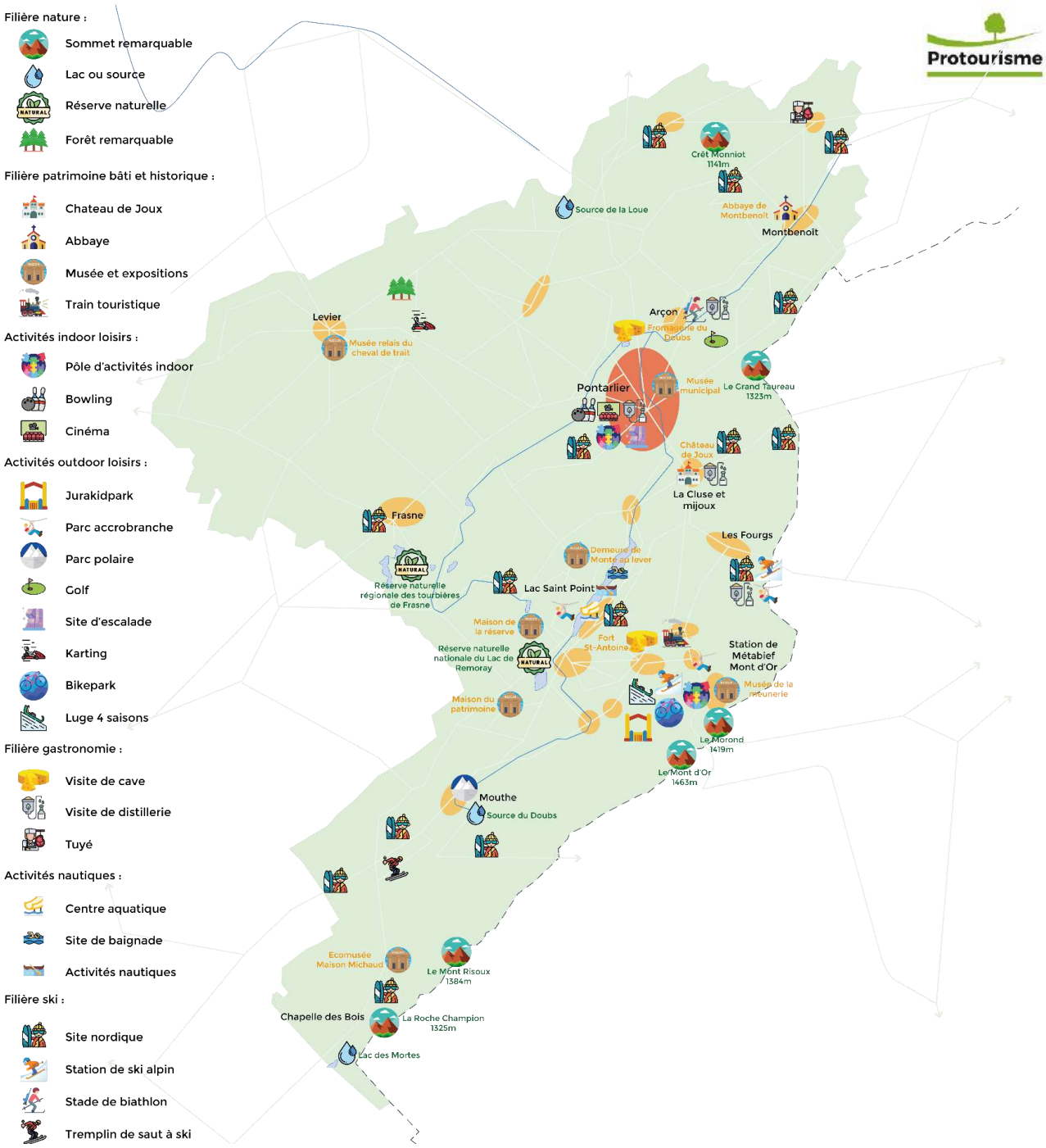
Diagnostic

Le pôle de Pontarlier est central dans son rôle territorial. Il concentre l'offre de loisirs indoor (sport et culture) et un panel de loisirs représentatif du Haut Doubs.

La vitrine qui fait la force du territoire est l'outdoor en général, concentré dans le secteur du Mont d'Or – Lac saint point. Les pôles secondaires sont Les Fourgs, Mouthe, Montbenoît, Chaux Neuve.

L'indoor s'égraine sur les pôles de loisir sans structuration forte.

A moindre échelle Levier et Frasne proposent des activités culturelles, outdoor, nature, gastronomiques.



La filière sites naturels et environnement du Haut-Doubs : sites emblématiques

Sources : la Loue, le Doubs, Source Bleue…

Source de la Loue : environ 150 000 passage

Espaces forestiers et « ouverts » : le Rondé à Levier, le théâtre forestierà Pontarlier, pâturages/ alpages…

Sites d'exposition: Maison de la réserve, maison du patrimoine…

Lacs : Saint Point, Remoray, Malpas, Bouverans, les Pontets…

Milieux humides et tourbières : Frasne, Chapelle des Bois, Mouthe, vallée du Drugeon…

Sommets : Mont d'Or, Larmont, Crêt Monniot, Rénédale, Roche Sarrazine, belvédère des 2 lacs…

Mont d'Or environ 150 000 passages par an

Sites classés en réserves naturelles : Remoray, Frasne et natura 2000 : Risoux, Mouthe

Tourbière de Frasne : environ 30 000 visiteurs en 2022

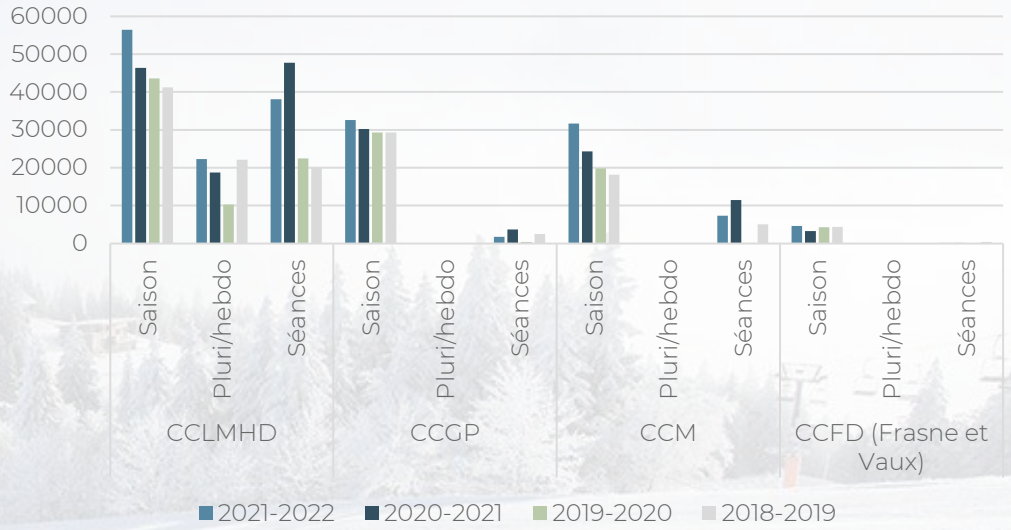
NB : il faut préciser que la plupart des sites naturels du Haut-Doubs (comme la source du Doubs entre autre) ne comptabilisent pas la fréquentation en l'absence d'éco compteurs et d'analyses fines.

La filière des activités nordiques et ski

Ski nordique :

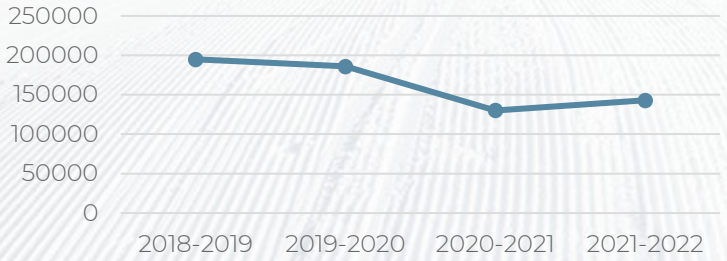
- 19 sites nordiques, 940 kms de pistes + 73 kms de GTJ ski de fond
- 5 écoles de ski
- Équipement haut-niveau à Chaux Neuve pour le combiné nordique et pistes biathlon à Arçon et les Hopitaux-Vieux

Nombre de journées skieurs par CC et par type de pass



Données Espace nordique jurassien

Nombre de journées skieurs nordiques sur le Haut Doubs



Données Espace nordique jurassien

Nombre de Journées skieurs sur les sites nordiques du Haut Doubs

	2021-2022	2020-2021	2019-2020
CC Lacs & Montagnes	116 744	112 766	76 198
CC Montbenoît	38 991	35 784	19 912
Grand Pontarlier	34 308	33 861	29 596
Frasne - Drugeon	4 718	3 382	4 275

Source : OT Pays du Haut-Doubs

La filière des activités nordiques et ski

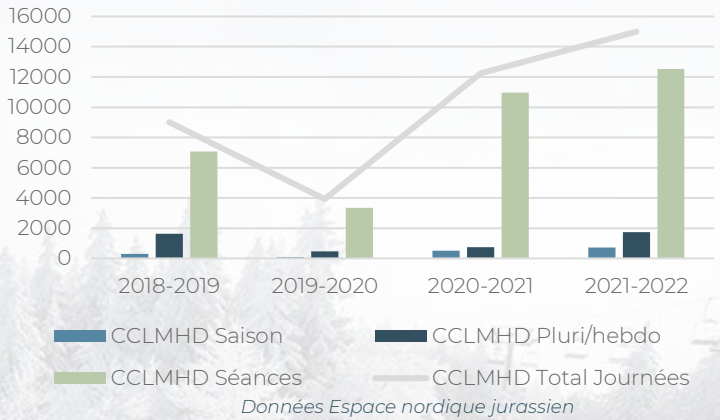
Ski alpin :

- Une station classée : Métabief Mont d'Or
- Deux petites stations : Mouthe et les Fourgs
- D'autres petits sites : Chaux Neuve, Rochejean, Entre les Fourgs, Pontarlier-Larmont, La Chaux de Gilet, Gilley les clochettes
- 4 écoles de ski

Autres activités nordiques :

- 240 kms de pistes raquettes dont 40 km de GTJ
- Activité chiens de traîneaux
- Chalets d'accueil et structures d'hébergement

Nombre de pass balade raquette par type et par saison sur la CCL&M



Données Espace nordique jurassien

Les redevances raquettes ont rapportées 48 791 € sur la saison 2021-2022 (contre 39 815 € sur la saison précédente).

La station de Métabief a accueilli **195 976 JS** lors de l'hiver 2021-2022 mais aussi de nombreux passages sur le TSD de Morond :

23 500 passages piétons en 2020
30 851 passages piétons en 2022

33 000 passages en luge d'été en 2021 et **64 520** passages sur la luge 4 saisons

84 237 journées VTT en 2021 et **138 927** en 2022

Données station

Destination historiquement reconnue pour ses activités ski et notamment sa filière nordique, le Haut-Doubs bénéficie d'une notoriété notable. Un site phare en ski alpin avec Métabief, d'autres petits sites de pratique destiné principalement aux débutants et famille mais dont l'équilibre financier est précaire. Le télésiège de Morond à Métabief permet de diversifier les activités en période hors neige (piétons et VTT). Les activités nordiques sont réparties sur tout le territoire et sont bien reliées aux itinéraires du massif. Ces activités représentent un grand nombre de pratiquants, même si le nombre de journée skieurs est plus faible qu'avant Covid.

La filière activités de pleine nature du Haut-Doubs

Sentier de randonnée :
- Les grandes itinérances : GR5, GR145 Via Francigena, Via Salina, les GTJ
- 530 kms de sentiers dont une dizaine de sentiers thématiques
- Nombreux sentiers de petites randonnée, boucles locales
- De nonbreux parcours trail

Offre cyclotourisme et VTT :
- 580 kms de circuits VTT dont un bikepark réputé à Métabief avec parcours d'initiation et ludique
- Réseau routier secondaire qui se prête à la pratique du vélo de route

GTJ (Grande Traversée du Jura) :
- Réseau d'itinérance emblématique et reconnu qui traverse le territoire
- Itinérance possible en ski, pédestre, VTT, équestre, cyclo, raquettes…

Le Haut-Doubs est un territoire de référence en matière d'activités de pleine nature.
La GTJ qui traverse le territoire est une vitrine structurante. Une diversité d'activités se sont développées principalement en altitude, le long de la frontière. La dynamique a été portée par la filière nordique.

Le PHD, destination « nature », manque toutefois de structuration et d'homogénéité dans son offre.

La filière activités de loisirs du Haut-Doubs

Tourisme équestre :
- Plusieurs centres équestres (5)
- Calèches, roulottes et charriots
- Prestataires d'activités

Autres offres de loisirs :
- Télésiège du Morond été/hiver et luge 4 saisons
- Train touristique le Coni'fer
- Circuit karting
- Parcs accrobranches
- Sites de parapente et aéro club à Pontarlier
- Golf et tennis
- Saut d'été à Chaux Neuve et stade d'Arçon multi activités
- 2 sites d'escalade
- Golf de Pontarlier

Métabief Aventure

Plus de 25 000 clients par an dans ce parc de loisir thématisé (accro-forestier)

Parc polaire de Mouthe

Environ 30 000 visiteurs par an dans ce parc animalier thématisé (animaux du grand nord)

Le Coni'fer

Entre 10 et 20 000 usagers par an dans ce train touristique d'époque

Le Haut-Doubs bénéficie de sites de pratiques d'activités de loisirs communes et des activités plus spécifiques comme l'équestre ou le train touristique du Coni'Fer. Ces activités manquent toutefois de structuration, avec des prestataires et une commercialisation peu centralisée.

La filière activités nautiques et baignade du Haut-Doubs

Un pôle principal : Les lacs de Saint Point et de Remoray avec plages aménagées et sécurisées :

- Activités nautiques : voile, catamaran, canoé, aviron, pêche, paddle, baignade, circuit découverte bateau
- Base nautique de Malbuisson et des Grangettes
- Centre aquatique de Malbuisson Aqua 2

D'autres petits lacs naturels sont présents sur le territoire :

- Activité pêche essentiellement sur ces sites
- Sentiers aménagés…

	2022	2021	2020
Complexe Aqua2lac	?	25 593	NC
Lac de Bouverans	21 445	15 974	10 415

Un ensemble de lacs naturels vitrines du paysage et des loisirs du Haut Doubs. Parmi eux, seul le lac de Saint Point bénéficie d'aménagement nautiques structurants et classique ; qui en font par ailleurs la réputation.

NB : il faut préciser que la plupart de ces sites ne comptabilisent pas la fréquentation en l'absence d'éco compteurs et d'analyses fines.

Diagnostic

Protourisme

La filière patrimoine bâti et historique (châteaux, églises, abbayes, musées du Haut-Doubs)

Deux sites majeurs :
- Le château de Joux
- Abbaye de Montbenoît

Lieux culturels :
- Musée de Pontarlier
- Ferme musée à Bonnevaux
- Relais cheval comtois à Levier
- Maison de la réserve
- Parc polaire
- Ecomusée à Chapelle des Bois
- Maison du patrimoine
- Musée de la république du Saugeais

	2022	2021	2019
	(nombre d'entrée par site)		
	52 350	25 487	43 045
	5 869	4 198	5 510
	NC	3 884	3 723
	NC	3 715	2 534

Un site phare : le Château de Joux.

De nombreux petits sites patrimoniaux et culturels répartis sur le territoire.

Des équipements classiques, avec une offre qui n'a pas évoluée vers le ludique, l'interactivité et l'éducatif moderne.

Diagnostic

Protourisme

Zoom sur le tourisme liés aux productions locales dans le Haut-Doubs

Fort St Antoine
Environ 30 000 visiteurs par an

Les lieux de visites et de dégustation : une offre de loisirs indoor alternative

Les lieux de visites incontournables de la gastronomie du Haut-Doubs

Tuyé du papy Gaby

Plus de 40 000 visiteurs par an

Distillerie Pernot

Distillerie Guy

Environ 20 000 visiteurs par an sur ces deux sites

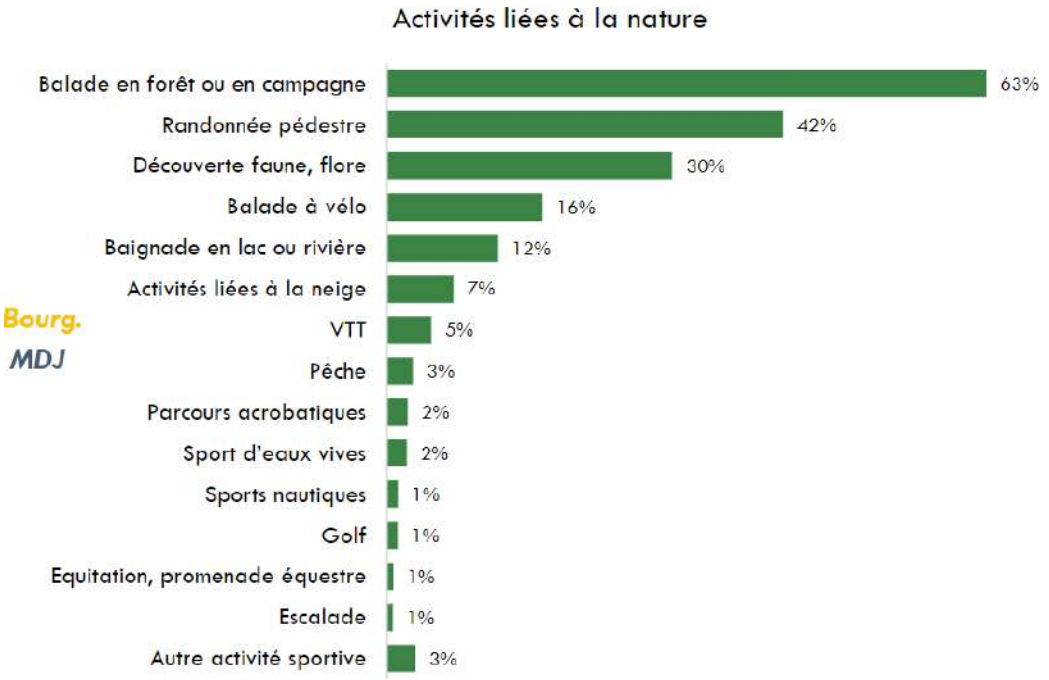
Une gastronomie et des produits identitaires à forte valeur ajoutée pour l'export d'image du territoire.

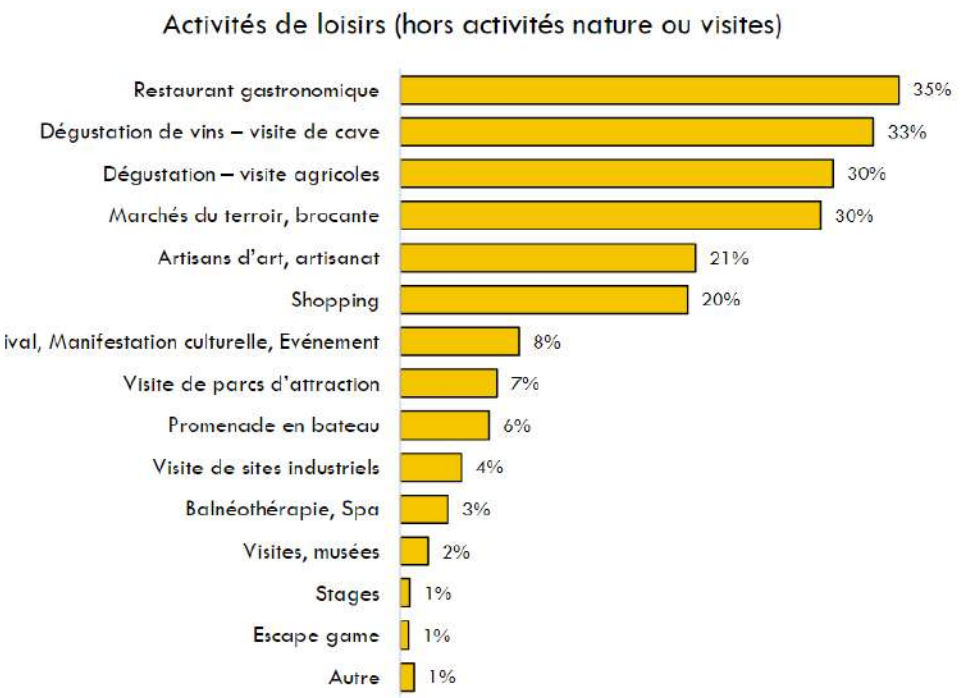
Un maillage à organiser, valoriser et mettre en lien avec l'ensemble de l'offre de loisirs, tourisme, art de vivre.

Diagnostic

Analyse de la fréquentation touristique sur la région

Tourisme en Bourgogne Franche-Comté





- Visites de sites pour 79 % des clientèles touristiques, 82 % pratiquent des activités de loisirs et 86 % d'entre eux pratiquent des activités nature.
- Parmi le top 10 des visite de la région, les lacs du Jura sont plébiscité à hauteur de 11% (derrière Beaune et ses hospices, Dijon et la cascade du Hérisson).

À l'échelle de la région, les activités randonnées sont plébiscitée avec un fort penchant pour les activités non marchandes. Également les loisirs liées à la gastronomie sont une activité phare.

Source : Observatoire des clientèles touristiques 2021

Diagnostic

Parcours client/usagers et acteurs clés du territoire
Présentation des trois profils type dans le Haut Doubs

Sociopro et élus

Les locaux, « doubistes » du cru ou « adoptés », les socioprofessionnels et élus

« Je suis une clientèle grand public (famille, amis, intergénération, …), qui habite le Haut-Doubs et qui le pratique tous les jours ! Je suis fier de mon territoire, très attaché aux valeurs et à l'identité du Haut-Doubs »

Portrait type :

- Famille du cru dont les parents ont entre 30 et 60 ans avec des enfants de tout âge. Connaisseurs, ils utilisent peu les supports d'information mais beaucoup le bouche à oreilles.
- Ils pratiquent plus la nature que la culture et plutôt des activités extérieurs qu'intérieures. Ils consomment et sont fiers de la gastronomie locale.
- Ils apprécient les événements populaire et festifs sur leur territoires.
- Un budget loisirs et tourisme moins élevé que les touristes et excursionnistes mais plus étalé sur l'année. Ils préfèrent toutefois les activités gratuites.

Les frontaliers /nouveaux arrivants

« Je suis une clientèle grand public (famille, amis, intergénération, …), qui habite le Haut-Doubs depuis peu et qui travaille en Suisse tous les jours ! Je ne connaissais pas forcément le Haut-Doubs auparavant mais j'ai envie de pratiquer des activités dans ma vie quotidienne avec ma famille.»

Portrait type :

- Couple de jeunes actifs sans enfants ou enfants de bas âge. Travaillent en Suisse pour la plupart d'entre eux au revenu conséquent.
- Proviennent pour la plupart du Nord ou de l'Est de la France. Il ne viennent pas forcément pour le cadre et l'environnement mais surtout pour y trouver un lieu de vie agréable à proximité de la Suisse.
- Ils apprécient les activités touristiques aussi bien en intérieur qu'en plein air, ils aiment les activités de loisirs de la vie quotidienne (cinéma, bowling…).
- Il s'informent essentiellement sur les supports internet.

Séjournants & Excursionnistes

Les touristes vacanciers séjournant et les excursionnistes

« Je suis une clientèle grand public (famille, amis, intergénération, …), qui vient visiter le Haut-Doubs ! Je viens de la région, rarement de Suisse, pour un week-end ou pour un séjour un peu plus long, on m'a dit beaucoup de bien sur les paysages et les activités à faire sur le territoire »

Portrait type :

- Pour les touristes : couple français en séjour en hiver avec 2 enfants entre 4 et 12 ans. En été ce sont aussi, pour une part importante, des couples français sans enfants qui viennent pour un maximum d'activités touristiques. Budget d'environ 50 à 80€/jour en hiver contre 50€/jour en été.
- Les excursionnistes sont souvent des personnes venues à la journée depuis des villes de proximité pour pratiquer une ou deux activités touristiques. Beaucoup pique-niquent. Soit une famille française avec deux enfants entre 4 et 12 ans, soit un couple de séniors sans enfants qui habitent la région. 1/3 d'entre eux effectuent des achats de produits régionaux..

Diagnostic

Parcours client/usagers et acteurs clés du territoire
Local (« doubistes » du cru ou adopté) / Local (socioprofessionnels et élus)

« Je suis une clientèle grand public (famille, amis, intergénération, …), qui habite le Haut-Doubs et qui le pratique tous les jours ! Je suis fier de mon territoire et est très attaché aux valeurs et à l'identité du Haut-Doubs »

Arriver sur les site de pratiques	S'informer sur les activités	Pratiquer
Je dois trouver facilement et me garer à proximité de mon activité	Les informations clés sont accessibles, je peux me faire conseiller facilement et de manière personnalisée	En général autonome mais j'aime alterner, avoir le choix entre une pratique encadrée ou libre me permet de tester l'ensemble de l'offre, même si je suis novice
▪ Il n'y a pas beaucoup de moyens d'éviter de prendre la voiture, j'aimerais bien y aller en bus ou en vélo mais c'est compliqué ! ▪ Est-ce que le parking est payant ? ▪ Il n'y a pas de gare à proximité et je ne peux pas aller où je veux avec. ▪ Comment réduire mon impact carbone lors de mes déplacements ? ▪ J'ai peur de ne pas avoir de place de stationnements si j'arrive trop tard !	▪ Je ne me rend que rarement en OT ou sur les sites internet, en revanche je suis les actus sur les réseau sociaux. ▪ J'aime être au courant des événements qui ont lieu sur mon territoire pour ne rien rater ! ▪ Est-ce que j'aurais les bonnes informations sur ce qu'il y a d'ouvert en ce moment et les tarifs préférentiels ? ▪ Y'a-t-il des activités où il n'y aura pas trop de monde et d'attente ?	▪ En fonction de la saison et mes passions, j'ai le choix entre de nombreuses activités phares à la fois : culturelles, sportives, de détente… ▪ Quelle sont les loisirs et activités faites pour moi ? ▪ Est-ce que je peux faires des activités en libre service ou des activités encadrées pour toute ma famille partout sur le territoire?

Sociopro et élus

Il faut un bon maillage territorial pour des déplacements plus faciles et sécurisés

Est-ce que l'information circule bien jusqu'au client? Est-il au courant de ce qu'il peut faire et des activités proposées?

Il faut une vie et des activités, des loisirs toute l'année pour satisfaire tout le monde

Diagnostic

Protourisme

Parcours client/usagers et acteurs clés du territoire

Local (« doubistes » du cru ou adopté) / Local (socioprofessionnels et élus)

« Je suis une clientèle grand public (famille, amis, intergénération, …), qui habite le Haut-Doubs et qui le pratique tous les jours ! Je suis fier de mon territoire et est très attaché aux valeurs et à l'identité du Haut-Doubs »

Se loger

Après mon activité, ai-je besoin de me loger ?

- Je rentre à mon domicile après mon activité.
- J'ai parfois besoin d'accueillir ma famille dans un grand gîte de groupe.

Nous devons pouvoir garder les habitants locaux grâce à des logements au prix raisonnable.

Se reposer, se restaurer

Ma première activité de la journée finie, j'ai besoin de faire une pause et de profiter du paysage

- J'ai préparé mon pique-nique, il ne fait pas très beau, où est ce que je m'installe ?
- Il commence à faire froid, je ne peux pas réchauffer mon plat ?
- Mon budget est serré, je peux me prendre une crêpe en terrasse ?
- J'aurais aimé que mes enfants puissent se mettre au chaud un moment.
- Je suis venu faire une initiation activité je veux me restaurer en surveillant les enfants sur l'activité.

Nous avons une gastronomie riche et identitaire qu'il faut savoir mettre en valeur!

Découvrir le territoire

Ma première activité outdoor de la journée finie, j'ai envie de découvrir le lieu et de profiter du paysage / ou je ne suis pas sportif je veux faire une activité douce, culturelle

- Je connais le territoire comme ma poche, je veux découvrir ou redécouvrir de nouveaux spots ?
- J'aime mon territoire mais certains endroits ne sont pas assez mis en valeurs.
- Je suis attaché aux traditions, je souhaite qu'elles soient davantage mise en avant !

Nous devons rester authentique tout en proposant des offres liés à nos patrimoines, comment peut on valoriser *(économiquement)* cette ressource.

Sociopro et élus

Diagnostic

Parcours client/usagers et acteurs clés du territoire
Nouveaux arrivants permanents

« Je suis une clientèle grand public (famille, amis, intergénération, …), qui habite le Haut-Doubs depuis peu et qui travaille en Suisse tous les jours ! Je ne connaissais pas forcément le Haut-Doubs auparavant mais j'ai envie de pratiquer des activités dans ma vie quotidienne avec ma famille.»

Arriver sur les site de pratiques

Je dois trouver facilement et me garer à proximité de mon activité

- Ce n'est pas très clair où dois-je aller, suis-je au bon endroit ?
- Ai-je le droit de me garer ici ?
- Je peux prendre le bus, mais comment cela se passe et je risque de l'attendre longtemps !
- Je ne connais pas encore les modes de transports pour aller sur le lieu d'activités.
- J'utilise ma voiture quotidiennement, j'espère que ce n'est pas trop loin de mon domicile et que les conditions sont bonnes !

S'informer sur les activités

Les informations clés sont accessibles et je peux me faire conseiller facilement et de manière personnalisée

- J'ai regardé sur le site internet pour voir ce qu'il y avait à faire dans le coin.
- J'espère que l'on capte en montagne ou en forêt car internet sera mon seul ami !
- Si je veux faire aussi une balade ? Est-ce que j'ai le droit de prendre n'importe quel sentier ?
- Est-ce un grand tour ?
- Puis-je y aller avec la poussette ?

Pratiquer

Alterner, avoir le choix entre une pratique encadrée ou libre me permet de tester l'ensemble de l'offre, même si je suis novice

- Je découvre la montagne, j'aimerais être accompagné pour découvrir le Haut-Doubs en sécurité.
- J'aimerais me balader autour de chez moi et faire des activités toute l'année.
- Je n'ai pas le temps en semaine pour faire des activités, j'utilise donc mes week-ends mais je ne veux pas attendre!
- Puis-je aller partout sans problème avec toute ma famille? Il n'y pas de risque ?

Diagnostic

Parcours client/usagers et acteurs clés du territoire
Nouveaux arrivants permanents

« Je suis une clientèle grand public (famille, amis, intergénération, …), qui habite le Haut-Doubs depuis peu et qui travaille en Suisse tous les jours ! Je ne connaissais pas forcément le Haut-Doubs auparavant mais j'ai envie de pratiquer des activités dans ma vie quotidienne avec ma famille.»

Se loger

Après mon activité, j'ai besoin de me loger

- Je loge chez moi directement.
- Il peut m'arriver d'accueillir du monde, j'ai donc besoin d'un logement plus grand.
- Il peut m'arriver de vouloir tester un logement insolite ou de qualité sur le territoire.

Se reposer, se restaurer

Ma première activité de la journée finie, j'ai besoin de faire une pause et de profiter du paysage

- J'aimerais tester une auberge typique pour goûter à la gastronomie locale, où trouver ça ?
- J'aime me détendre les week-ends, j'aimerais trouver une offre bien-être et de déconnexion !
- Je n'ai pas le temps de profiter d'un vrai repas la semaine, puis-je trouver des restaurants qualitatifs?
- Est-ce que je peux ramener un pique nique et trouver un endroit sympa en famille pour manger au soleil ou au chaud ?

Découvrir le territoire

Ma première activité de la journée finie, j'ai envie de découvrir le lieu et de profiter du paysage

- On m'a dit que c'était magnifique, mais qu'est ce que je regarde là ?
- Qu'est ce qui fait que ce lieu vaut le détour ?
- Je vois une chaine de montagne, qu'elle est sa particularité ?
- L'environnement est superbe, de quoi est-il composé ?
- La visite était intéressante, où je peux m'installer pour me reposer à présent ?
- Y'a-t-il des belvédères pour admirer la vue du site ?

Diagnostic

Parcours client/usagers et acteurs clés du territoire

Touristes (les vacanciers séjournant / les excursionnistes)

« Je suis une clientèle grand public (famille, amis, intergénération, …), qui vient visiter le Haut-Doubs ! Je viens de la région ou de Suisse, pour un week-end ou pour un séjour un peu plus long, on m'a dit beaucoup de bien sur les paysages et les activités à faire sur le territoire »

Arriver sur les site de pratiques	S'informer sur les activités	Pratiquer
Je dois trouver facilement et me garer à proximité de mon activité	Les informations clés sont accessibles et je peux me faire conseiller facilement et de manière personnalisée	Alterner, avoir le choix entre une pratique encadrée ou libre me permet de tester l'ensemble de l'offre, même si je suis novice
Séjournant ▪ Ce n'est pas très clair où dois-je aller, suis-je au bon endroit et sur la bonne route ? ▪ Ai-je le droit de me garer ici ? ▪ Je peux prendre le bus, mais comment cela se passe et je risque de l'attendre longtemps ! ▪ Je suis arrivé en train mais comment je fais à présent ? ▪ J'ai pris mes vélos ou je loue des vélos mais ne trouve pas d'itinéraires sécurisés.	▪ Je suis là pour plusieurs jours, quelles sont les choses à faire sur le territoire ? ▪ Je suis passé à l'OT pour avoir mes informations, j'aimerais plus de détail au départ de l'activité.	▪ En fonction de la saison et mes passions, j'ai le choix entre de nombreuses activités phares à la fois : culturelles, sportives, de détente… Qu'est ce que je peux faire cette semaine ? Quelle sont les loisirs et activités faites pour moi ?
Excursionnistes	▪ Je suis là que pour la journée, quelle est la chose à faire en priorité ? ▪ Je n'ai pas eu le temps de passer à l'OT, j'ai regardé rapidement sur le site mais je dois trouver rapidement l'information !	▪ Je ne vais pas avoir le temps pour tout faire, j'ai besoin de LA chose à faire faite pour moi et ma famille ! ▪ Est-ce qu'il y a une personne pour m'encadrer ce jour là ?

Diagnostic

Parcours client/usagers et acteurs clés du territoire
Touristes (les vacanciers séjournant / les excursionnistes)

« Je suis une clientèle grand public (famille, amis, intergénération, …), qui vient visiter le Haut-Doubs ! Je viens de la région ou de Suisse, pour un week-end ou pour un séjour un peu plus long, on m'a dit beaucoup de bien sur les paysages et les activités à faire sur le territoire »

Pratiquer	Se reposer, se restaurer	Découvrir le territoire
Après mon activité, j'ai besoin de me loger	Ma première activité de la journée finie, j'ai besoin de faire une pause et de profiter du paysage	Ma première activité de la journée finie, j'ai envie de découvrir le lieu et de profiter du paysage
 ▪ Je reste à la même location / même hôtel toute la semaine, je veux trouver un endroit qualitatif qui permet de me reposer. ▪ Je souhaite une ambiance chaleureuse et typique du Haut-Doubs.	▪ J'ai un budget serré, je ne vais pas manger tous les jours au restaurant, il me faut un endroit pour faire les courses à proximité! ▪ J'aimerais retrouver différents types de restauration et d'ambiance pour mes repas lors de la semaine !	▪ On m'a dit que c'était magnifique, mais qu'est ce que je regarde là ? ▪ J'ai le temps d'admirer et de profiter car je suis en vacances, qu'estce que je peux voir d'autres à proximité ? ▪ Y'a-t-il d'autres choses à voir d'un peu différent ? ▪ L'environnement est superbe, de quoi est-il composé ?
 ▪ Je viens pour un week-end et veut une expérience insolite. ▪ Je veux faire une vraie coupure lors de mon week-end, je suis attentif au bien-être et à la qualité de l'hébergement.	▪ J'ai préparé mon pique-nique, il ne fait pas très beau, où est ce que je m'installe ? ▪ Je suis venu faire une activité je veux me restaurer en surveillant les enfants. ▪ Je compte manger au restaurant mais je n'ai pas réservé, est-ce que je vais trouver ?	▪ Je n'ai pas le temps de tout faire mais j'aimerais bien connaître rapidement ce qu'il m'entoure et ce que je vois. ▪ Qu'y a-t-il à faire, à voir à proximité avant que je reparte ?

Diagnostic Flash

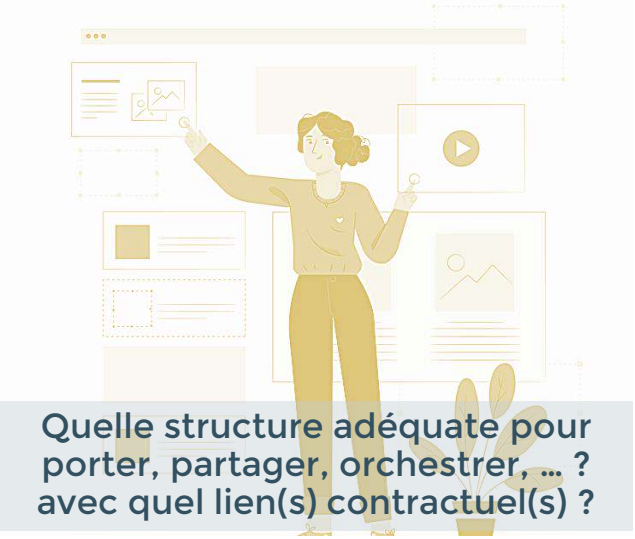
1.6. La Gouvernance

Diagnostic

Les enjeux de la gouvernance

Des périmètres et une organisation à interroger pour harmoniser et stabiliser ?

Quid des compétences → cohérence de l'échelle des réflexions du MP ?



Quelle structure adéquate pour porter, partager, orchestrer, … ? avec quel lien(s) contractuel(s) ?

Au vue de la complexité de la gouvernance sur le territoire d'une part, l'absence d'un portage commun de l'économie loisir, sport, tourisme et culture d'autre part ; afin d'assurer le portage et la mise en œuvre du MP, il sera nécessaire de créer une nouvelle organisation de la gouvernance à partir des gouvernances en place .

Diagnostic Flash

1.7. Tendances marché loisir et tourisme

Préparation pour la phase de concertation / ateliers

Tendances

Préambule qui sera enrichi pour donner un contexte global précis lors de l'élaboration du Masterplan pour les ateliers et la suite.

Quelles sont les grands enjeux de la montagne ?

Durabilité

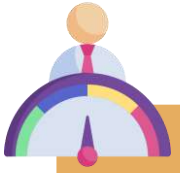
Interactivité

Sécurité

Concertation

Accessibilité

Ludisme



Performance

Des enjeux généraux partagés par tous les grands acteurs et décideurs. Le Haut Doubs dans sa démarche de master plan et de transition en est une illustration.

Diagnostic Flash

1.8. Synthèse et axes de travail du diagnostic

Diagnostic

Synthèse des enjeux à prendre en compte dans le Haut Doubs

Équilibre de l'écosystème du Haut-Doubs //de l'Offre // la concurrence externe

La pression démographique croissante

Les évolutions climatiques

La raréfaction de la ressource en neige et en eau

La gouvernance à adapter

La mobilité à reconsidérer

La cohérence entre loisirs à l'année et activité touristique 4S

SWOT – Image et identité du Haut Doubs *(marketing et commercial)*

Forces

- **Topographique** : un territoire de moyenne montagne avec des plateaux typiques.
- **Physique** : un cadre paysager et un patrimoine naturel préservé à forte valeur ajoutée ; composé de lacs, espaces ouverts (alpages), forêts, falaises et vues imprenables sur les Alpes et les plaines suisses (Léman, Neufchâtel), un patrimoine historique.
- **Culturel** : le Haut Doubs se caractérise par une image traditionnelle et authentique ancrée avec une agriculture qui reste prégnante.
- **Loisirs** : identifié comme un territoire Nordique et APN et « quasi » 4 saisons par excellence.

Faiblesses

- **Positionnement de l'offre :** un territoire très fortement tourné vers le sport et une culture nordique prédominante éclipsant les autres potentiels.
- **Marque** : manque de portée de la marque de territoire « Haut Doubs » VS une identité locale forte. Manque de lisibilité de la marque Haut-Doubs avec une accumulation de marques *secondaires du territoire*.
- **Ciblage et orientations promo/comm :** tournés principalement vers du tourisme (séjournant), moins largement sur l'attractivité des loisirs au sens de l'autoconsommation → question du ciblage clientèle (qui, quels volumes, quelles priorités) ?

Opportunités

- **Positionnement local** : un potentiel de transition de l'économie du tourisme vers un mix de loisirs et de tourisme complémentaires avec un potentiel de clientèle locales et excursionniste (péri locale forte et en croissance) dont le positionnement marketing est à définir.
- **Positionnement touristique** : des perspectives de développement valorisant une offre nature, découverte du territoire et de ses espaces, valorisant l'environnement ; en adéquation avec les attentes grandissantes des visiteurs dans ce domaine.
- **Marque** : un potentiel pour fédérer fortement « *les clochers* », les socio pros, … sous la marque Haut-Doubs – Montagnes du Jura.

Menaces

- **Climat et environnement :** un territoire sensible sur ses ressources naturelles touristiques et de loisir avec en tête de pont la neige, l'eau (cyanobactéries et pollutions dues à la diminution des débits d'eau), les paysages forestiers (scolytes), etc. qui peuvent dégrader l'image du territoire.
- **Attentes clients** : des changements d'habitudes et de comportement des clients (grand public) à prendre en compte tant en termes de loisirs que de tourisme (ludique, sportif mais pas élite, détente, écoresponsabilité, mobilités alternatives, …)
- Une arrivée massive d'une nouvelle population, changeant la structure sociale du territoire, dont l'intégration ne semble pas garantie, pouvant impacter l'**identité** qui fait la particularité du Haut Doubs.

Diagnostic

SWOT – Hébergement touristique

Forces

- **Le CtoC (= PàP)** : un parc en développement venant rééquilibrer en partie l'offre d'hébergements du territoire avec un niveau qualitatif de l'offre qui s'améliore.
- Une offre en **hôtellerie** qui se modernise mais qui se concentre de plus en plus sur Pontarlier.
- Une **fréquentation** touristique et des loisirs toute l'année permettant un modèle économique plus équilibré qu'ailleurs en montagne.

Faiblesses

- En volume et comparativement aux territoires à forte touristicité : **peu d'hébergements touristiques** et une offre d'hébergement diffuse, peu professionnalisée.
- **Stratégie Immobilier de loisir** : pression foncière forte, économie frontalière VS une économie touristique parent pauvre = perte de lits marchands (toutes typologies confondues) au profit du résidentiel permanent. Parallèlement il n'y a pas de vision partagée et de plan d'actions pour le maintien de l'hébergement touristique.
- Un **modèle économique** difficile : augmentation des coûts d'investissement et d'exploitation en général, baisse de la disponibilité du foncier pesant lourdement sur le modèle des opérateurs, à fortiori pour les grandes unités.

Opportunités

- Un point de départ possible pour la réflexion avec le **programme FTI Atout France pour l'immobilier de loisirs** à Métabief.
- Le développement d'un **tourisme alternatif**, « *en marge du tourisme alpin et historique de montagne* », pouvant correspondre et renforcer encore l'attractivité des produits en cours de développement (écogites, habitats mixtes, CtoC qualitatif, hébergements insolites, …).

Menaces

- Une perte des hébergements touristiques, à fortiori professionnels, au profit des hébergements résidentiels via la pression de **promotion immobilière**, économie plus rémunératrice que le tourisme à court terme.
- Une forte augmentation continue de la **population permanente (+10 000 habitants sur 10 ans)** qui implique des pressions sur le foncier disponible.
- Le **zéro nette artificialisation** des sols.

Diagnostic

SWOT – Urbanisme et développement territorial

Forces

- **Géographie** : territoire à la situation idéale, lieu de passage et frontière.
- **Bassin de chalandise local** intéressant de 85 000 habitants permanents et péri-local (Franco-suisse) de **5 500 000 hab** habitants.
- Forte **attractivité économique et démographique** du territoire laissant entrevoir une croissance économique en termes de pouvoir d'achat et de volume du bassin de chalandise.
- Une bonne **desserte voiture et train** pour venir sur le territoire (*à l'exception de l'axe frontière saturé par les rotations pendulaires*).

Faiblesses

- Forte **pression migratoire, économique et foncière** parallèlement au développement à l'économie frontalière sur l'économie touristique et de loisir.
- Une offre de **mobilités alternatives** à la voiture peu développée → peu de lien entre les différents pôles de vie et une accessibilité des pôles de loisirs et tourisme limité hors voiture.
- Une population permanente en constante augmentation avec une diversification de la population ayant **des besoins de loisirs croissants**, quid de la satisfaction de ces désirs et de l'attachement des populations à leur territoire de vie ?

Opportunités

- Augmentation de la population locale continue (+ 10 000 personnes d'ici 10 ans) → **poursuite de la dynamique frontalière et potentiellement de clientèle loisir locale**.
- **Territoire refuge** en cas de **canicules** pour les bassins de proximité.
- Des **pôles secondaires de vie** avec commerces, loisirs, services à développer et valoriser.
- Une dynamique de territoire et sociétale qui ouvre la porte sur un **potentiel de conversion de l'économie touristique vers une économie de loisirs** *(et de tourisme)* dont le **modèle économique est à** (ré) **inventer**.

Menaces

- Une **pression de l'économie suisse frontalière** venant fragiliser l'économie touristique et des loisirs.
- Le **zéro nette artificialisation** des sols et règlementations environnementales.
- **Faible attachement et investissement** des nouveaux habitants « Frontaliers ».

Diagnostic

SWOT – Les activités de loisir

Forces

- Un **cadre de vie et touristique** dégageant des valeurs de nature, d'authenticité, de retour aux sources,… favorables aux courants sociétaux actuels.
- Une **gamme d'activités touristiques** et de loisirs qui a déjà su s'adapter en partie pour constituer un **socle 4 saisons diversifié**.
- La présence d'une **offre culturelle et historique** avec un premier niveau de mise en valeur.
- Une offre à **vocation pédagogique et sociale** pour l'accès et l'apprentissage des pratique pour les jeunes du territoire.
- Une **offre évènementielle** toute l'année faisant vivre le territoire notamment autour d'événements sportifs.

Faiblesses

- Une offre touristique, de loisirs : **classique et majoritairement fragmentée**. En tête de proue : 2 pôles emblématiques dont les questions sur leur avenir et les ambitions restent à préciser Métabief et le Chateau de Joux.
- La structuration d'une population permanente, de résidence secondaire et touristique qui évolue rapidement et se diversifie comme ses **besoins VS une offre principalement touristique et classique qui évolue peu ces dernières années**. En effet les volumes et les besoins de chacune des 3 populations et des cibles qui les composent (famille/tribus, sportifs/puristes, séniors, jeunes, urbains, etc.) consomment de manière différente les activités touristiques / loisirs. Les besoins évoluent rapidement depuis 10 ans (accéléré depuis le Covid).

Opportunités

- Une offre outdoor qui se structure avec des **projets lancés qui continuent de qualifier l'offre.**
- Des **perspectives de développement des activités** sur les offres nature et découverte de l'espace, valorisant l'environnement en adéquation avec les attentes grandissantes des clients dans ce domaine.

Menaces

- **Climat et environnement :** *un territoire sensible sur ses ressources naturelles touristiques et de loisir avec en tête de pont la neige, l'eau (cyanobactéries et pollutions dues à la diminution des débits d'eau), les paysages forestiers (scolytes), etc.* qui peuvent dégrader les conditions d'accueil, de pratique et de rentabilité des opérateurs en place.
- Des projets lancés ou en cours de lancement **dont il faudra s'assurer qu'ils correspondent et/ou s'accordent à la vision d'avenir** à moyen et long termes.
- Un déficit d'offre indoor structurée pour les pratiques loisirs sur une partie du territoire → forte centralité de Pontarlier
- **La baisse / fin** de certaines activités marchandes → baisse du poids économique de la filière.

Diagnostic

SWOT - Gouvernance

Forces

- Une **conscience collective** que le modèle touristique, traduite en économie de loisir et de tourisme - *qui a déjà évolué depuis les années 2000 avec la diversification* - doit encore aujourd'hui faire sa transition pour faire face aux enjeux climatique et sociétaux globaux, également spécifiques du Haut Doubs.
- Un **portage partagé du projet MP**, qui reste à consolider, à traduire politiquement et en opérationnel.
- **Socio-professionnels engagés** et impliqués dans le territoire

Faiblesses

- Un territoire constitué d'une **gouvernance multiple en matière de loisir et de tourisme** – collectivités, EPCI, Privés, etc. – sans organisation de tête et de vision commune stratégique en matière de loisir et de tourisme, cohérente avec le développement territorial projeté.
- **OT** : une entité de portage jeune, adossée à une marque de territoire, tous deux à consolider.
- Difficultés pour trouver et pérenniser du personnel.
- Une vision du **poids de la filière tourisme et loisir** quasi uniquement par son volume dans l'économie, soit environ 3%.
  → Désintérêt relatif sur la question générale // angle de vue de l'économie à la dynamique territoriale à reconsidérer ?

Opportunités

- La démarche MP comme point de départ de la création d'une **nouvelle gouvernance partagée et décisionnelle** pour le pilotage de la politique de développement de la filière loisir et tourisme du territoire.
- Une démarche qui pourra donner lieu au(x) **déploiement(s) de gouvernance(s) d'exploitation adaptée(s)** pour faire émerger de nouveaux modèle(s) économique(s) et de gestion afin de correspondre aux évolutions territoriales actuelle et future.
- Réorganisation et mouvement interne de l'OT avec une nouvelle structuration → socio pros peuvent participer à la coopération.

Menaces

- **Pressions bloquantes exogènes** sur les volets environnementaux, lobbys politiques conservateurs, lobbys économiques,… pouvant cristalliser les actions et choix.
- Un **déficit de congruence des politiques connexes** (habitat, mobilités, etc.) avec le MP tourisme et loisir freinant la dynamique.
- Une **absence d'alignement de vision** par les élus décideurs et socioprofessionnels dans la construction de la transition du tourisme et des loisirs puis lors des mises en œuvre test.

MERCI POUR VOTRE ATTENTION

Protourisme

21 rue des Alouette
63 800 COURNON D'AUVERGNE
&
157 avenue de Lyon
73000 CHAMBÉRY

tel : 04 73 42 99 81
clermont@protourisme.com
www.protourisme.com

Une mission financée par

SYNDICAT MIXTE DU PAYS DU HAUT DOUBS

BANQUE des TERRITOIRES

Caisse des Dépôts GROUPE

Member of Cluster montagne