

ENJEUX	AXES STRATEGIQUES	OBJECTIFS
Se concentrer sur les activités estivales et recentrer les activités hivernales à des endroits bien définis	Valorisation et promotion de l'image estivale de la Vallée de Joux	<b>Tâches annuelles :</b> Campagnes publicitaires dans différents médias (TV, presse, radio, internet) Intensification de l'usage d'internet et des nouvelles technologies Présence ciblée sur les salons touristiques Consolidation et maintien des manifestations existantes <b>2010 :</b> - Consolidation d'une identité visuelle en accord avec les différents prestataires - Création du portail internet www.valleedejoux.ch - Réédition de la carte au 1 : 25'000 - Mise en place du ValPass - Application des visuels sur un bus AVJ - Application de la nouvelle charte graphique - Création d'une application pour iPhone <b>2011 :</b> - Réalisation d'une nouvelle brochure touristique <b>2012 - 2015 :</b> - Obtention du label "familles bienvenues"
	Création d'un pôle unique et fort pour le ski de fond et le ski alpin	<b>2010 :</b> - Renouvellement de la carte hiver - Entretien et renforcement de la collaboration avec nos partenaires (Centres Nordiques, téléskis) <b>2011 :</b> - Réflexion globale sur le réseau et l'emplacement des pistes de ski de fond (altitude, accessibilité, etc...) <b>2012 - 2015 :</b> - Regroupement des sociétés de Remontées Mécaniques - Regroupement des Centres Nordiques
Maintenir l'accessibilité de la région et ses centres touristiques et renforcer les collaborations franco-suisse	Collaborations avec les stations voisines françaises	<b>Tâches annuelles :</b> Communication et information accrues (connaissance des offres mutuelles) Promotions et actions communes sur des actions publicitaires Collaboration au niveau des structures d'hébergement (échange de clientèle) Synergies avec le Parc Naturel du Haut-Jura (FR) <b>2011 :</b> - Création de visites de presse franco-suisse - Organisation de manifestations franco-suisse - Création de produits en commun (forfaits) <b>2011 - 2015 :</b> - Liaisons entre Espaces Nordiques
	Accueil des visiteurs extérieurs	<b>Tâches annuelles :</b> Maintien d'une ouverture de l'Office du Tourisme et un service d'information 7 jours sur 7, 365 jours par an Maintien d'un point d'information au Pont Augmentation des nuitées Organisation de visites de presse Actualisation du listing des infrastructures touristiques <b>2011 :</b> - Développement et accroissement du chiffre d'affaires de la centrale de réservation TOMAS - Création d'offres combinées, forfaits, séminaires <b>2012 :</b> - Amélioration de la signalétique routière
	Maintien des transports publics et axe routiers	<b>Tâches annuelles :</b> Création d'offres incluant les transports publics (ValPass, forfait, etc...) <b>2011 - 2015 :</b> - Liaison ferroviaire directe avec Lausanne - Réouverture de la route Bière - Marchairuz en hiver - Mise en fonction de la ligne postale entre Nyon et le Brassus en hiver

ENJEUX	AXES STRATEGIQUES	OBJECTIFS
Concilier les besoins de loisirs-détente avec ceux des visiteurs et de la population en préservant et en valorisant le patrimoine naturel et bâti	Collaborations avec le Parc Naturel Régional Jura vaudois	<b>Tâches annuelles :</b> Implication dans le projet <b>2011 - 2015 :</b> - Amélioration des accès et liaisons en transports publics entre les cols - Développement de l'agritourisme
Utiliser et promouvoir le tourisme comme une alternative à la monoactivité industrielle de la région	Coordination, sensibilisation, envie et prise de conscience générale du potentiel touristique	<b>Tâches annuelles :</b> Suivi avec les hébergeurs Suivi avec les restaurateurs Suivi avec les Centres Nordiques (mailings et vente de vignettes de ski de fond) Suivi avec les téléskis (coordination et publicité) Suivi des informations pour l'info-neige Contacts réguliers avec les prestataires touristiques Formation et sensibilisation des prestataires (2 journées prestataires par an) <b>2010 :</b> - Marque de reconnaissance envers les membres de Vallée de Joux Tourisme (autocollants) <b>2011 :</b> - Création d'une charte touristique (membres, prestataires, partenaires)
	Collaboration accrue avec les destinations et régions touristiques suisses	<b>Tâches annuelles :</b> Actions à l'échelle du Jura vaudois (St-Cergue, Vallorbe, Ste-Croix / Les Rasses) Actions avec Nyon-Région Tourisme et Yverdon-les-Bains Région Actions avec SuisseMobile Actions avec l'Office du Tourisme du canton de Vaud Actions avec Suisse Tourisme
	Positionnement clair et démonstration de l'importance et des effets indirects de la branche touristique	<b>Tâches annuelles :</b> Lobby touristique Relations Publiques Newsletters <b>2011 - 2015 :</b> - Calcul de la balance touristique
Développement de nouveaux projets en accord avec les tendances	Renforcement de l'attractivité régionale à travers de nouveaux projets	<b>2010 :</b> - Mise en place du projet e-Bike Vallée de Joux <b>2011 :</b> - Redynamisation du musée (Espace Horloger) - Création de parcours VTT et pédestres (mobilité douce, SuisseMobile, sentiers autour du lac) <b>2012 :</b> - Création de parcours thématiques (fermes horlogères, fabrication du fromage, ...) - Création d'aires de pique-nique (bancs, foyers pour le feu) <b>2012 - 2015 :</b> - Amélioration de l'offre et alternative au manque de neige - Possibilité de nouveaux loisirs (piste de luge, skate park, observatoire astronomique) - Renforcement de l'attractivité des hébergements collectifs - Accessibilité par bus-navette aux départs des pistes de ski de fond/alpin
	Veille touristique	<b>Tâches annuelles :</b> Benchmarking accru <b>2010 - 2011 :</b> - Suivi de l'étude climatique - Analyse qualitative du comportement de la demande touristique
Organisation de manifestations avant-gardistes en respectant l'image authentique et naturelle de la région. Positionnement de la destination à travers l'image que véhicule les événements. Apport de nuitées.	Apports de nouvelles manifestations et pérennisation des événements existants	<b>Tâches annuelles:</b> Soutien aux organisateurs d'événements Coordination des dates (tenue à jour du calendrier des manifestations) Prise des réservations et encaissement des places aux spectacles et concerts Apport de nouveautés pour les manifestations existantes <b>2012 - 2015 :</b> - Organisation de nouveaux événements (Tour de Romandie, exposition, etc...)

RESULTATS ATTENDUS	OUTILS DE MESURE
<p>Augmentation des nuitées et du taux de remplissage des hébergements            Attractivité régionale accrue            Etre reconnu comme destination estivale de vacances            Augmentation de l'affluence aux manifestations et de la notoriété de celles-ci</p> <p>Identité visuelle claire et reconnue            Identité (logo) utilisée par les parteanires (horlogerie, transports, communes, musées, site, etc...)</p> <p>Document A4 fonctionnel, utile et efficace            Positioner la région comme destination Famille            Création d'infrastructure adéquate (place de jeux, service de babysiting, animations pour les enfants, etc...)</p> <p>Une excellente communication tout au long de la saison. Des informations à jour et précises</p> <p>Un réseau de pistes supérieur à 1200m et des autorisations de traçages reconduites            A terme une société de Remontées Mécaniques et un Centre Nordique Vallée de Joux            Economie d'échelle et recentrement des forces            Le tout sous l'appellation Vallée de Joux</p>	<p>Statistiques de l'OFS            Google analytics, augmentation de la demande (renseignements, documents, etc...)            Veille touristique            Billeterie</p> <p>Notoriété de la région à l'extérieur de la Vallée de Joux            Reconnaissance de la marque Vallée de Joux (logo)</p> <p>Satisfaction de la clientèle et des prestataires</p> <p>Obtention du label</p> <p>L'exactitude des informations dans l'info-neige et sur les documents</p> <p>Nombre de jour d'ouverture de pistes            Nombre de kilomètre de pistes</p> <p>Sensibilité et perception de la population et des communes</p>
<p>Projets concrets à l'échelle franco-suisse            Notoriété de nos destinations, intérêt pour un produit franco-suisse            Echange de clientèle et nuitées supplémentaires            Bénéficier de l'expérience du parc voisin            Collaboration avec le PNR Jura Vaudois</p>	<p>Moyens financiers mis à disposition            Etude de marché            Entrées dans les sites touristiques et nuitées</p> <p>Fréquentation dans les parcs naturels</p>
<p>Augmentation des nuitées et du taux de remplissage des hébergements            Produits franco-suisses</p> <p>Devenir le plus grand réseau de ski nordique d'Europe centrale</p> <p>Accueil de qualité dans une structure adéquate et fonctionnelle            Connaissance d'un tel endroit part la clientèle et fréquentation accrue</p> <p>Augmentation du nombre de visites de presse</p> <p>Forfaits en ligne et réservables via la centrale            Call center</p> <p>Définition de priorités en matière de signalétique touristique globale, ainsi que d'un calendrier de réalisation</p> <p>Sensibilisation au potentiel des transports publics comme ressource pour la dynamisation de l'offre touristique</p> <p>Lobby politique auprès du Canton pour favoriser les transports publics et les déplacements</p>	<p>Statistiques de l'OFS</p> <p>Nombre de kilomètres, liaisons</p> <p>Satisfaction de la clientèle et des indigènes            Satisfaction de la clientèle et des indigènes            Statistiques de l'OFS            Nombre d'articles dans la presse étrangère</p> <p>Statistiques TOMAS</p> <p>Amélioration de la signalétique routière</p> <p>Utilisation des transports publics par les touristes</p>

RESULTATS ATTENDUS	OUTILS DE MESURE
<p>Offre et produit concret Renommée et visibilité accrue de la Vallée de Joux au travers du Parc Naturel Régional</p> <p>Fréquence et cadence des transports publics améliorés Offre en rapport avec l'agritourisme</p>	<p>Augmentation de la demande touristique (renseignements, documentation, etc..)</p>
<p>Reconnaissance et prise de conscience du potentiel de la région</p> <p>Regroupement des forces et des moyens sur des actions ciblées et bien définies</p> <p>Prise de conscience générale du potentiel touristique de la région Augmentation des moyens financiers mis à disposition</p>	<p>Sensibilité et perception de la population et des communes</p> <p>Actions réalisées</p> <p>Etude de marché</p>
<p>Nouvelle offre et diversification Bon complément à l'offre déjà proposée</p> <p>Augmentation des visiteurs Positionnement fort et reconnu au niveau de l'horlogerie Attractivité renforcée Attrait et diversification pour la population Attirer une nouvelle clientèle touristique</p> <p>Apports de nouveaux éléments et de nouvelles idées</p> <p>Stratégies à adopter et conseils pour l'avenir</p>	<p>Chiffre d'affaires</p> <p>Chiffre d'affaires</p> <p>Fréquentation des sites touristiques</p> <p>Nombre de nouveaux projets réalisés</p>
<p>Image dynamique et entreprenante de la région Positionnement (sports, familles) Animer une région De nouvelles nuitées</p> <p>Renommée internationale</p>	<p>Retombées, presse, notoriété, image de la région à l'extérieur Nombre et diversité des manifestations Chiffre d'affaires Statistiques de l'OFS</p> <p>Notoriété de la région à l'extérieur</p>