



Elaboration d'une stratégie globale d'attractivité territoriale

PAYS VESOUL – VAL DE SAÔNE
Phase 1 - Rapport Diagnostic d'Attractivité
Avril 2019



Rappel des enjeux et objectifs de la démarche : élaboration d'une stratégie d'attractivité globale territoriale pour le Pays Vesoul – Val de Saône

Les enjeux :

1. Asseoir le **positionnement** du Pays de Vesoul à l'échelle régionale, en complémentarité avec les territoires voisins.
2. **Attirer de nouvelles populations** en capacité d'améliorer la qualité de vie sur le territoire.
3. Proposer une **ingénierie de promotion / accueil** reposant sur un **réseau actif d'acteurs**.

Les objectifs :

1. Identifier les **ressources disponibles** et nécessaires pour rendre le territoire plus attractif.
2. Faire des choix forts quant aux **cibles prioritaires**.
3. Croiser la vision des élus, l'offre territoriale et les ressources disponibles pour **faire émerger un positionnement naturel et différenciant**.
4. Proposer **une feuille de route opérationnelle** afin:
 - d'intéresser : susciter l'adhésion et l'enthousiasme
 - de capter : faire venir sur le territoire
 - de sédentariser sur le territoire les cibles choisies (acteurs économiques et sociaux, habitants, investissements, flux de connaissances, etc.).

Rappel du déroulé de la démarche : Calendrier et livrables de la phase 1 diagnostic d'attractivité

Février à novembre 2019



OBJECTIFS PHASE 1

Evaluer l'image du Pays Vesoul – Val de Saône, identifier les facteurs d'attractivité et les points de vigilance tout en mobilisant activement les acteurs professionnels et citoyens.



ETAPES DE TRAVAIL

- Analyse documentaire
- 15 entretiens avec les acteurs locaux
- 1 atelier avec les acteurs locaux le 2 avril
- 1 balade en bus avec les habitants le 3 avril
- Bilan d'image de la destination



LIVRABLES

- Compte-rendu des ateliers et synthèse des entretiens individuels
- Rapport diagnostic d'attractivité : grille AFOM, bilan d'image

Un diagnostic d'attractivité co-construits avec les parties-prenantes : les différents moyens engagés

LE DIAGNOSTIC PRÉSENTÉ CI-APRÈS A ÉTÉ ÉTABLI À PARTIR DE :



**Une visite
du territoire**



**Une étude
documentaire**



**Un bilan
d'image**



15 entretiens
*Avec les parties-prenantes
publiques et privées
mobilisées dans la démarche*



**Un atelier avec les
acteurs locaux**



**Une balade en bus
avec les citoyens**

Un diagnostic d'attractivité co-construits avec les parties-prenantes : liste des 15 entretiens réalisés entre février et avril 2019

ACTEURS PUBLICS :

DIRECCTE – Mme KALENSTEVA Vasilisa, Cheffe du Pôle Emploi, Insertion et Christophe AUBERGEON, Chargé de développement de l'emploi et des territoires – 28/02/2019

Pôle Emploi – Mme Nathalie GAILLOT – Directrice Pôle Emploi Vesoul 04/03/2019

Destination 70 – M. Fabrice CREUX – Directeur Destination 70 & Culture 70 (maison de la Musique) – 07/03/2019

Agence économique régionale – Mme Monique GOSSELIN – Responsable Promotion & Communication – 08/03/2019

Lycée Belin – M. J-M MICHOULIER – Proviseur Lycée Belin – 12/03/2019

CCI Haute Saône – Mme Caroline ASTIER – Directrice générale – 01/04/2019

Groupe hospitalier 70 – M. MATHIS – Directeur – 18/03/2019

ACTEURS ECONOMIQUES ET ASSOCIATIFS :

Fablab des 3 lapins – M. Norbert ROMAND – Association Montreurs-passeurs de numérique – 04/03/2019

Conflandey Industries – M. Pascal COLLINET – Directeur de l'entreprise – 05/03/2019

Euroserum – M. Hervé BOURGE – Directeur d'usine Port-sur-Saône – 06/03/2019

Maison familiale rurale – M Jean DROUHARD – 08/03/2019

Chambres d'hôtes Les Dorlotines – Mme Colette DULAC – 12/03/2019

Fiday Gestion – M. Nicolas ROMARY – 13/03/2019

Esprit Paysan – Alexandre LACROIX – 22/03/2019

OnlineFormapro – M. Maxime VAUTHIER – Directeur pôle Digital Learning – 29/03/2019

Sommaire

- 1.** Les atouts et freins du territoire en matière d'attractivité territoriale *Page 7*

- 2.** Synthèse du bilan d'image et de notoriété du territoire *Page 26*

- 3.** Benchmark des territoires environnants et des stratégies d'attractivité déployées *Page 32*

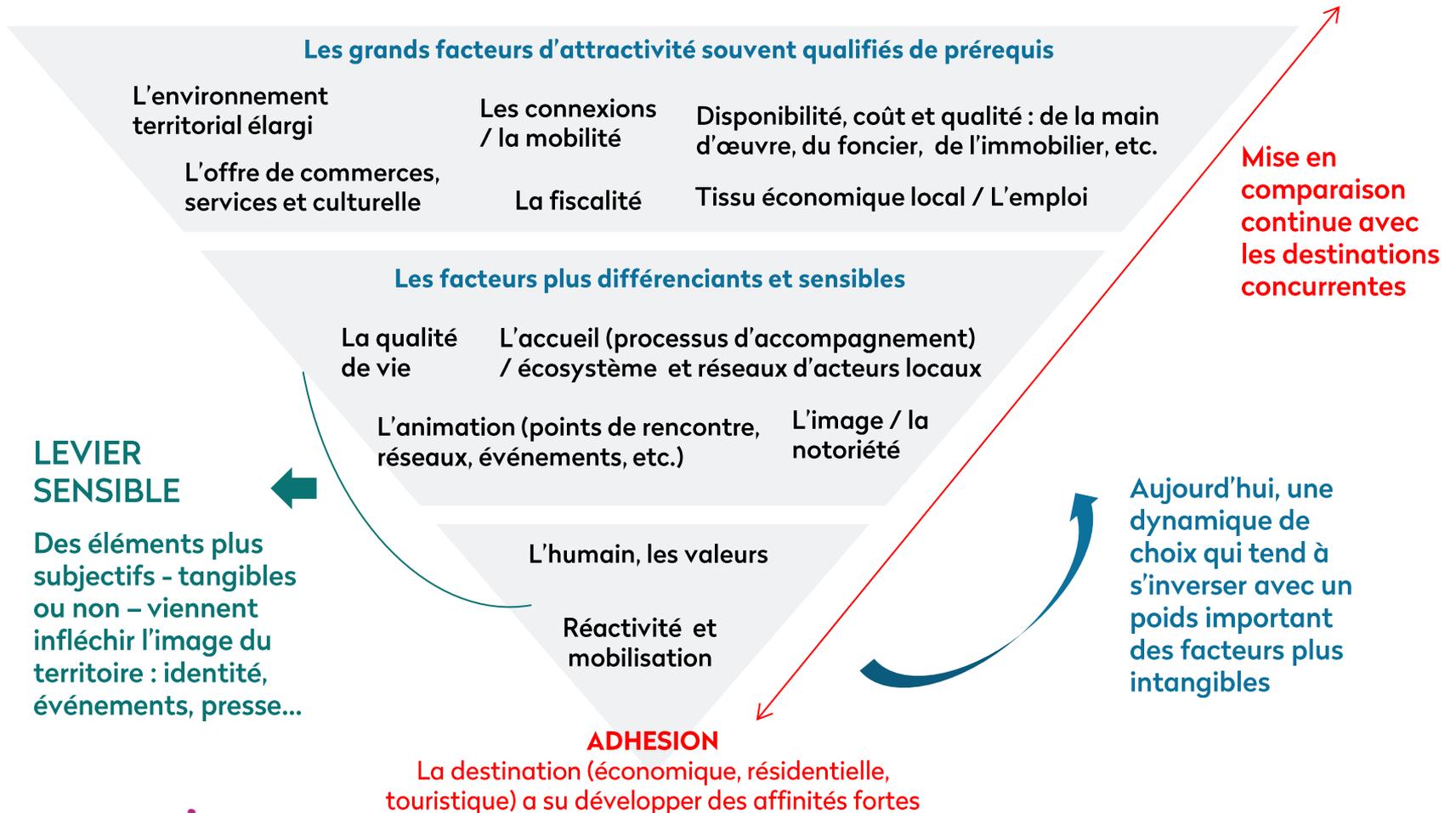
- 4.** Synthèse et apports stratégiques *Page 38*

Les atouts et freins du territoire en matière d'attractivité territoriale



Les grands facteurs d'attractivité : quelles sont les raisons de choisir un territoire ?

UNE GRILLE DE LECTURE COMMUNE MAIS ÉVOLUTIVE SELON LE PROCESSUS DE CHOIX DES DIFFÉRENTES CIBLES



Un territoire qui s'inscrit dans un environnement européen dynamique, à proximité de locomotives économiques...

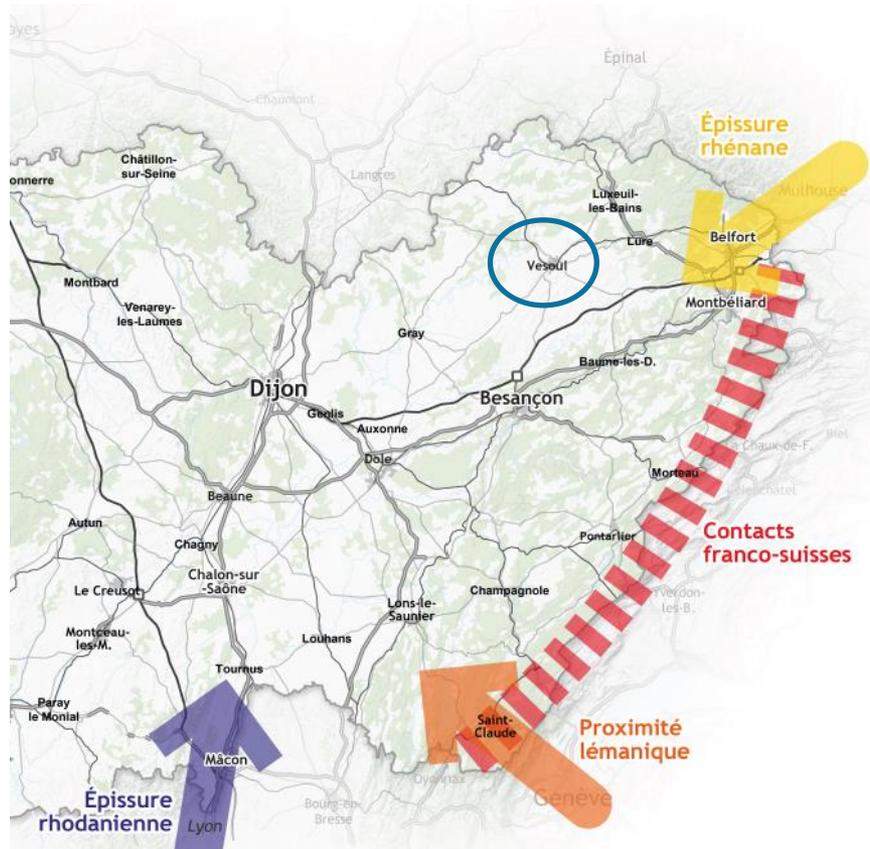
Les atouts :

Une proximité avec des pôles européens dynamiques



- › L'environnement territorial est reconnu pour son excellence industrielle (Besançon, Belfort, Montbéliard et le Pays des Vosges Saônoises labellisé Territoire d'industrie)
- › Au cœur du corridor européen Rhin-Rhône : une intensité d'échanges culturels et un développement économique local qui s'appuie sur ce potentiel d'ouverture
- › Une proximité avec la frontière franco-suisse, adossée à Besançon, Lons-le-Saunier, Belfort-Montbéliard

Périphéries régionales



Bourgogne-Franche-Comté, Toile territoriale régionale, 2018

... mais une accessibilité contrainte

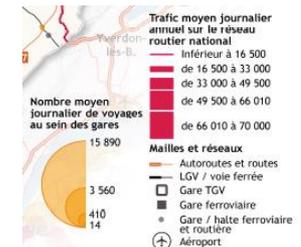
Les freins :

Accessibilité limitée aux réseaux de transports



- › Deux routes nationales structurantes (RN57 et RN19) mais l'autoroute la plus proche est à 45 km de Vesoul (A36)
- › Vesoul est desservi par une gare TER (ligne Paris-Est / Mulhouse) mais la gare TGV la plus proche se situe à Besançon (40km)
- › Il existe un aéroport de loisirs à Vesoul-Frotey-lès-Vesoul mais les aéroports internationaux les plus proches sont à Dole (100 km) et à Bâle-Mulhouse-Fribourg (120 km)
- › Le territoire n'est pas couvert entièrement en 4G et très haut débit

Réseaux et flux - 2018



Bourgogne-Franche-Comté, Toile territoriale régionale, 2018

Principaux indicateurs démographiques : comparaison entre le Pays Vesoul - Val de Saône et Région BFC

PAYS VESOUL VAL DE SAONE	BOURGOGNE FRANCHE COMTE
-----------------------------	----------------------------

	PAYS VESOUL VAL DE SAONE	BOURGOGNE FRANCHE COMTE
Population (2014)	73 572	2 820 623
tx variation annuel de la population	-0,03%	0,07%
tx de variation dû au solde naturel	0,19%	0,13%
tx de variation dû au solde migratoire	-0,22%	-0,06%
tx de natalité annuel moyen (pour 1000)	11,46	11,18
tx de mortalité annuel moyen (pour 1000)	9,55	9,90

Evolution de la population (2009-2014 – INSEE)

Taux de variation dû au **solde naturel positif**, de 0,19%.

Mais le **départ des jeunes** est un phénomène fort, avec une population vieillissante, notamment au Nord-ouest du territoire.

Des arguments autour de la qualité de vie et du prix, et une proximité et convivialité des acteurs à valoriser davantage

Les atouts :

Le coût de la vie attractif



- › Un foncier et un immobilier attractif par rapport aux polarités urbaines voisines. Prix moyen m2 : 1 246€ pour une maison à Vesoul vs. 1 929€ à Besançon, 1 421€ à Belfort, 2 362€ à Dijon
- › Une fiscalité attractive notamment en dehors de la CA de Vesoul

Une qualité de vie douce



- › Un patrimoine naturel riche, un cadre verdoyant
- › Les territoires agricoles représentent 57%, et les milieux semi-naturels 38,6%
- › Un territoire où il est facile de se déplacer, trafic fluide

Des services de base bien assurés



- › Un taux d'équipements supérieur à la moyenne régionale : 34,9 pour 1000 habitants (contre 33,4 en BFC)
- › Les habitants sont satisfaits de l'accès aux médecins généralistes
- › Bon niveau de services concernant la petite enfance et l'enfance

Une dynamique associative et coopérative



- › Une dynamique d'acteurs qui offrent une richesse culturelle (Echo System, théâtre Edwige Feuillère, FICA)
- › Des initiatives proposant de nouveaux services à impact social et environnemental positif : (Ressourcerie)

Verbatim



Dans notre discours nous mettons en avant l'environnement nature, et le prix de l'immobilier. / OnlineFormaPro

Comparativement à d'autres territoires où j'ai exercé c'est là où il y a la meilleure dynamique d'acteurs. / GH70

Les femmes et hommes du territoire sont des gens avec un bon état d'esprit : on sait se rendre service. Beaucoup de bénévolat et d'associations qui font la richesse du territoire, à valoriser. / MFR



Des freins caractéristiques des territoires ruraux, sur lesquels travailler notamment via le développement de pratiques innovantes et adaptées

Les freins :

Un parc de logement vieillissant



- › Une forte dégradation et paupérisation des biens immobiliers avec une faible attractivité du parc de logements anciens.
- › Une forte proportion de logements vides, reflétant la situation régionale.

Commerces de proximité en déclin



- › Le centre-ville de Vesoul concurrencé par le développement des zones commerciales en périphérie (Oasis 3) participant à sa dévitalisation : taux de vacance des locaux commerciaux de 11%, locaux vétustes, problèmes de reprise.
- › Egalement des problématiques similaires et amplifiées sur les centre-bourgs

Déficit de lieux de rencontre pour animer le territoire



- › Une offre culturelle très concentrée sur Vesoul, par exemple avec le théâtre ou le cinéma. En particulier un manque d'offre à destinations des jeunes.
- › Des lieux de vie partagés et de rencontres, type tiers-lieux, qui ne sont pas assez développés, qui pourraient également bénéficier aux professionnels et aux touristes.

Verbatim



Pour fixer les gens dans la Région de Vesoul, il faut du logement, du divertissement et de la mobilité. Et on n'a rien de tout ça. / Conflandey

, Vesoul manque de commerces « particuliers » avec une forte représentation des chaînes à la fois dans le centre-ville et dans la zone commerciale de Lure. Sur le plan des restaurants, pareil, il manque une offre de restaurants de qualité. / DIRECCTE

On manque de densité sur le territoire donc il y a besoin d'un soutien et d'une mise en relation permanente : il faut recréer une vie de territoire. / Fablab des 3 lapins

Il s'agit d'un grand territoire, éparpillé, et donc compliqué à animer / GH70



Quelles perceptions de l'attractivité résidentielle du territoire ? Parole d'acteurs sur les atouts et freins

ATOUTS

- › *Il est certain que le territoire est très agréable. On a de vrais atouts sur le plan du **patrimoine naturel** (ne fait pas tout car le mois de janvier par exemple a été très dur). Nous avons recruté **une assistante commerciale parisienne** qui apprécie énormément **la qualité de vie** car il n'y a pas de stress, déplacement en voiture sans bouchons comme en banlieue parisienne / Conflandey Industries*
- › *Alors qu'il y a une réelle **qualité de vie** sur le territoire : campagne, espaces verts, tout se fait rapidement, on est loin des bouchons parisiens. D'un regard extérieur c'est un territoire auquel on s'attache avec **une implication des gens**. / DIRECCTE*
- › *Quand on recrute on met en avant le territoire : le bon vivre (nature, canal, bateaux), une **région verte** qui attire car pas désagréable d'habiter sur le secteur, **infrastructures pour les enfants** (écoles correctes) – **pour le cadre qui arrive, c'est facile de valoriser le territoire**, même si pour les activités urbaines, il faut se déplacer à Belfort. Ils s'installent souvent à Vesoul. / Fiday Gestion*

FREINS

- › *Vesoul n'est pas très attractif en matière de **divertissement**. Celui qui viendra pour la nature va s'y retrouver entre mai et septembre. Mais celui **qui cherche culture et shopping**, il va à Besançon, Dijon, Nancy. **Très difficile de faire venir une famille de cadres supérieurs**. Moi-même j'ai fait 124 km pour venir. / Conflandey Industries*
- › *La **vie associative et culturelle** est plutôt pauvre, y compris l'**offre de restauration** / Euroserum*
- › *Les entreprises aimeraient **plus d'offre en logements, des équipements de type crèche**, pour **faire venir des cadres et ouvriers qualifiés**. Le territoire manque aussi de logements pour les **jeunes qui sont en CFA** (peu de places en internat) et en alternance dans des entreprises. Il pourrait y avoir des accords avec des gîtes par exemple. / DIRECCTE*

Comparaison des principaux indicateurs économiques : comparaison entre le Pays Vesoul-Val de Saône et Région BFC

		PAYS VESOUL VAL DE SAONE	BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE
Population active (2014 – INSEE)	part d'actifs	74,4%	73,6%
	dont actifs occupés	64,7%	64,3%
	tx chômage	11,2%	11,4%
	tx chômage 15-24 ans	31,5%	27,1%
Population inactive (2014 – INSEE)	part d'inactifs	25,6%	26,4%
	dont étudiants	7,2%	9,2%
	dont retraités	10,4%	9,2%
Emploi salarié (2014 - INSEE)	dans l'industrie	17,1%	18,4%
	dans l'agriculture	4,4%	4,6%
	dans la construction	5,2%	7,1%
	dans les commerces	33,8%	35,7%
	dans les services	39,5%	34,3%

Un **taux de chômage** qui affecte particulièrement les jeunes (15-24 ans).

Alors que Vesoul est connu pour son **industrie**, la structure de l'emploi est fortement représentée par les **services et commerces**.

Une excellence industrielle historique et un dynamisme économique porté par l'agglomération de Vesoul

Les atouts :

Excellence industrielle



- › Capitale de la logistique industrielle : PSA Vesoul, centre mondial de pièces détachées (plus de 3000 emplois), en croissance avec l'annonce du transfert des activités d'Hérimoncourt
- › Un tissu de PME et pépites industrielles au savoir-faire international (Eurosérum, Fiday Gestion, Conflandey Industries, Velleminfroy, etc.) // implantations récentes sur des secteurs innovants (G-nius /G-manufacture et Manufacture du lac)

Vesoul, pôle économique tertiaire



- › Concentration de l'emploi (20 853 emplois) et de l'offre foncière sur l'agglomération de Vesoul
- › Economie présentielle et diversification des activités (plus de résilience face aux aléas économiques) : 85% des établissements relèvent du commerce, transports, services publics

Un réservoir de main d'œuvre locale



- › Un fort taux de demandeurs d'emploi peu ou pas qualifiés constituant un réservoir de main d'œuvre : 57% n'ont pas atteint le niveau Bac au niveau du bassin d'emploi (2018)
- › Les métiers les plus recherchés : ouvriers non qualifiés, aides soignants, aides à domicile...
- › Convient bien aux entreprises qui investissent dans la formation ou sont accompagnées par les organismes dédiés



Verbatim

La présence des autres industries est un atout, on ne parle pas assez des pépites qui rayonnent à l'échelle mondiale et qui sont des champions de leur catégorie. / Conflandey Industries

La Haute Saône a un atout considérable : sa main d'œuvre de qualité, industrielle, courageuse, disciplinée, avec des valeurs de sérieux, d'engagement, d'attachement à l'entreprise. / Lycée Belin



Des freins structurels : une forte demande d'emploi, une faible offre en études supérieures ...

Les freins :

Un emploi encore fragile



- › Un taux de chômage proche de la moyenne régionale (11,2% contre 11,4% en BFC) plus fort sur Vesoul Agglo et la CC Hauts du Val de Saône
- › Impactant fortement les jeunes (31,5% 15-24 ans) et les seniors (ils représentent la part des demandeurs d'emploi la plus en croissance)
- › Un marché de l'emploi dépendant de quelques grandes entreprises : 4 établissements concentrent 21% des emplois

Peu d'offre en formation qualifiée



- › Des jeunes qui quittent le territoire pour poursuivre leurs études supérieures, du fait de l'offre limitée sur le territoire : un IUT, une école supérieure du professorat et de l'éducation, une école de commerce
- › Des formations professionnalisantes existent mais les métiers de l'industrie attirent encore peu les jeunes
- › Des difficultés pour les entreprises qui cherchent à recruter des personnels qualifiés

« Verbatim

C'est un problème alors que l'on souhaite attirer de jeunes couples. L'un de nos salariés a quitté l'entreprise pour Lyon car sa conjointe ne trouvait pas d'emploi sur le territoire y compris sur un périmètre élargi et malgré notre aide. / OnlineFormaPro

On a vu grandir nos enfants puis partir. Quand ils partent, l'éducation qu'ils ont reçue profite à d'autres. C'est un manque à gagner pour le territoire. On voit le numérique comme une opportunité et un besoin gigantesque. Fablab des 3 lapins



... et un poids des mobilités qui rendent difficiles le recrutement des jeunes et personnels qualifiés

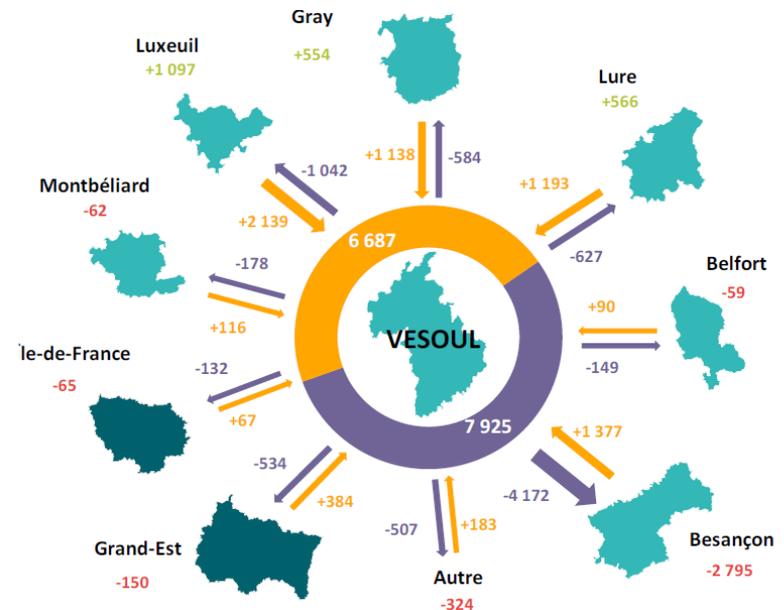
Les freins :

Poids des mobilités quotidiennes et dépendance à la voiture



- › A l'échelle du bassin d'emploi, importants flux pendulaires : externes avec Besançon, Luxeuil et Lure / internes avec Port-sur-Saône et Jussey
- › Maillage en bus concentré sur Vesoul (une ligne directe Vesoul / Besançon), une fréquence qui diminue proportionnellement à l'éloignement
- › Faible pratique du de covoiturage et des modes actifs (pistes cyclables réservées à un usage d'agrément)
- › Dépendance à la voiture individuelle, frein à l'emploi local, pour les jeunes en apprentissage et en recherche d'un premier emplois, pour les demandeurs d'emploi, ainsi que pour les profils qualifiés extérieurs au territoire.

Déplacements domicile-travail - 2015



Pôle emploi, Bassin d'emploi de Vesoul, 2^{ème} trimestre 2018

Verbatim

Sur le plan des transports, il n'y a pas de ligne de bus. D'autant qu'on travaille en flux continu (en journée comme de nuit). Il n'existe même pas de ligne de bus entre Port sur Saône et nos usines. Or, on se retrouve avec des jeunes qui n'ont pas le permis ou ne l'ont plus. / Conflandey

Quelles perceptions de l'attractivité économique du territoire ?

Parole d'acteurs sur les atouts et freins

ATOUTS

- › *L'image rurale du département nuit à la réalité du terrain : des métiers d'industrie, des entreprises ancrées, des pépites prometteuses.* / DIRECCTE
- › *Pourquoi les entreprises choisissent Vesoul ? C'est une destination plus confidentielle, discrétion, disponibilité de main d'œuvre (pénurie de main d'œuvre sur l'activité industrielle), disponibilité de l'agglomération à travailler à des partenariats pour sourcer des chômeurs et les former.* / AER
- › *Quand on recrute on met en avant les valeurs de l'entreprise et notamment l'éco-solution : tant économique qu'écologique, nous faisons beaucoup de R&D sur les matières renouvelables (partenariats avec des laboratoires et universités).* / Fiday Gestion
- › *La particularité et la richesse de ce territoire isolé est qu'on a appris à bricoler, à se débrouiller. Le tissu est très inventif sur le territoire, il s'agit avec le fablab de le mettre au service d'un développement plus structuré.* / Fablab des 3 Lapins
- › *Il est plus difficile de vivre en milieu rural. Les gens se débrouillent pour vivre, il y a un système D. Il faut qu'on sorte des sentiers battus pour trouver une solution.* / Maison Familiale rurale

FREINS

- › *C'est un choix de rester à Vesoul, qui a un coût financier pour une entreprise dans le numérique : nécessité de mettre en place des lignes spécialisées. Ce n'est pas comme dans des territoires qui ont le très haut débit, la fibre optique.* / Online formapro
- › *Pour ancrer les gens, la problématique de l'emploi du conjoint est majeure.* / Eurosérum

Comparaison des principaux indicateurs touristiques entre le Pays Vesoul - Val de Saône et Région BFC

- L'HÔTELLERIE DANS LES DÉPARTEMENTS DE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ -

Département	CÔTE-D'OR (21)	DOUBS (25)	JURA (39)	NIÈVRE (58)
Lits	15 002	7 500	3 958	3 584
Nuitées	2 507 200	1 074 200	518 100	437 000
Durée moy. de séjour	1,35 jour	1,41 jour	1,50 jour	1,44 jour
Taux d'occupation	58,4%	56,6%	51,8%	49,6%
Nuitées étrangères	39,7%	21,1%	19,7%	16,4%
Nuitées affaires	42,4%	61,6%	43,2%	58,6%

Département	HAUTE-SAÛNE (70)	SAÛNE-ET-LOIRE (71)	YONNE (89)	T. DE BELFORT (90)
Lits	1 566	9 716	5 392	2 104
Nuitées	161 800	1 484 800	752 000	327 600
Durée moy. de séjour	1,44 jour	1,35 jour	1,38 jour	1,48 jour
Taux d'occupation	41,5%	55,7%	52,8%	58,7%
Nuitées étrangères	17,6%	26,8%	20,2%	25,5%
Nuitées affaires	60,8%	52,4%	53,7%	64,0%

Source : INSEE - DGE - CRT

- › La Haute-Saône constitue **l'un des départements les moins touristiques** de la région Bourgogne – Franche – Comté, avec le moins de lits hôteliers (1 566 en 2018), et un taux d'occupation plutôt faible de 41,5%.
- › Elle représente **7,2% des nuitées totales de la région**, et se classe ainsi en avant-dernière position devant le territoire de Belfort (3,3%).
- › Un **territoire de passage à l'échelle de la région avec des durées moyennes de séjour très courtes : 1,44 jour** pour la Haute-Saône.
- › En revanche, on observe un potentiel fort en matière de **tourisme d'affaires avec 60,8% des nuitées**, qui place le département en 3^e position derrière le Doubs et le Territoire de Belfort.

Une offre touristique d'itinérance structurée autour de la Saône, et porte d'entrée sur la destination « Bourgogne » (marque monde) ...

Les atouts :

Une destination d'itinérance structurée



- › Une offre fluvestre structurée autour de la V50 – L'échappée bleue aménagée sur 140 kms le long de la Petite Saône, pour les plaisanciers.
- › Port-sur-Saône : le plus grand port de plaisance de Franche-Comté
- › Environ 30 à 40% de clientèles étrangères : essentiellement des hollandais, des belges et allemands.

Patrimoine naturel et bâti identitaire



- › Des éléments patrimoniaux identitaires : églises, fontaines, lavoirs, clochers comtois, etc.
- › Des lieux emblématiques et à vocation touristique : la colline de la Motte, le Lac de Vaivre sur 86 ha, le jardin anglais labellisé jardin remarquable, le Musée d'art et d'archéologie, etc.

Un potentiel événementiel



- › Un rayonnement fort du FICA, doyen des festivals asiatiques d'Europe et classé parmi les 10 premières manifestations cinématographiques de France, avec près de 33 000 spectateurs pour la 25^e édition
- › La salle Echo System propose 2 à 5 concerts par mois, avec 40% de la clientèle extérieure à la Haute-Saône
- › Le Parc Expo 70 accueille plus de 50 000 participants par an, avec un rayonnement régional

Verbatim

« Le marqueur fort est l'itinérance : à vélo avec la traversée par la V50 des portes de Luxembourg jusqu'à Lyon / Destination 70

En dehors de la Saône, il y a les bourgs ruraux de caractère avec des visites patrimoniales / Destination 70

Les gens qui viennent pour le travail constituent une grosse part de la clientèle. Et parfois des gens viennent spécialement pour assister à un concert d'Echo System / Chambres d'hôte Les Dorlotines »

... mais un territoire de passage plus que de séjour à faible visibilité, qui doit rayonner davantage sur l'ensemble de son territoire

Les freins :

Une offre touristique insuffisante et déséquilibrée



- › Une offre qui se concentre fortement autour de la Saône, en accord avec les pratiques d'itinérance fluviale.
- › Un manque d'hébergements à l'échelle globale du territoire, avec seulement 3,2% des lits de la région (en dernière position).
- › Une offre qui doit monter en gamme en particulier pour mieux répondre aux attentes des clientèles étrangères.

Verbatim

Visibilité limitée de la destination



- › Aujourd'hui identifiée très majoritairement comme une destination de passage vs. de séjour avec une durée moyenne de 1,44 jours pour le département de la Haute-Saône. .
- › Un manque de sites ou d'événements à forte notoriété qui pourrait porter l'image de la destination touristique.

Un manque d'opportunités pour « consommer le territoire »



- › Un manque d'activités, notamment pour les familles et les enfants.
- › Le département de la Haute-Saône représente 2,1% des parts de marchés marchandes de la région (hors hébergement sur l'eau), et seulement 1% des parts non marchandes (résidences secondaires).
- › En dernière position, la Haute-Saône concentre seulement 2,2% des nuitées de la région.

« Il y a un manque d'identification géographique, d'identité de la destination. Et il manque un événement à l'échelle de la Vallée de la Saône (par ex. sportif) / Destination 70

Un manque de services en termes d'hébergement, restauration, loueurs de vélo malgré l'Echappée bleue qui devrait soulever des besoins / D70



Quelles perceptions de l'attractivité touristique du territoire ?

Parole d'acteurs sur les atouts et freins

ATOUTS

3 mots clés pour qualifier le territoire : **Authenticité – Calme, Quiétude – Beauté de la nature** / Chambres d'hôte les Dorlotines

Saône Valley est un espace original, avec la présence du **seul chef étoilé de Haute Saône** / Destination 70

Il y a **beaucoup d'étrangers** (suisses, allemands, belges, néerlandais), car **la destination est référencée** dans les guides pour le cyclotourisme et l'itinérance fluviale / Chambres d'hôte les Dorlotines

Il y a une **clientèle fidèle** de gens qui rendent visite à leurs familles, et nous avons développé avec l'Office du Tourisme un **produit packagé dédié aux motards** par exemple / Chambres d'hôte les Dorlotines

FREINS

Il y a **peu d'éléments différenciants face à une concurrence large**, c'est la qualité d'animation du territoire et la démarche collective sur la promotion qui fera la différence, avec une prospection à mener vers le Grand Est / D70

Il y a surtout **des gens de passage** qui sont souvent là une nuit / Chambres d'hôte Les Dorlotines

Il y a un **manque d'activités pour les touristes** et pour les enfants, il faudrait davantage **composer avec l'existant pour améliorer l'offre**. Pas exemple certains restaurants sont fermés le dimanche ou le lundi en été, quand il peut y avoir une demande / Chambres d'hôte Les Dorlotines

Les acteurs du tourisme ont **peu l'habitude de travailler ensemble** / Chambres d'hôte Les Dorlotines

11 grands constats de l'attractivité résidentielle, économique et touristique du Pays Vesoul - Val de Saône

ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE :

1. **La mobilité au cœur des enjeux d'attractivité** : un territoire qui s'inscrit dans un environnement européen dynamique et **à proximité de locomotives économiques** (avec de nombreux déplacements pendulaires) ... mais **une accessibilité contrainte**
2. **Une difficulté à maintenir les jeunes sur le territoire**, avec une offre d'études supérieures limitée et une forte demande d'emploi, qui entraîne **une fuite des talents souvent irréversible**, en particulier vers les territoires voisins.
3. **Une qualité de vie reconnue** (prix, patrimoine naturel, services) avec une vie associative et coopérative dynamique ... **mais un manque de services** de proximité (commerces, santé...) dans les centre-bourgs, **ainsi que de lieux de rencontre** et de partage pour **animer le territoire** (tiers-lieux)

ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE :

4. Une **excellence industrielle** historique avec des leaders sur différents secteurs ... mais **une pluralité qui ne révèle pas une identité économique forte** et évocatrice
5. Une **main d'œuvre disponible et qualitative** (valeurs travail) qui constitue un atout fort ... **mais des freins structurels** : la mobilité limitée des jeunes et des cadres qui impacte le recrutement, et un investissement souvent important dans la formation.
6. Une **agriculture** qui participe beaucoup de l'image perçue du territoire ... pour autant peu présente dans les discours, et **peu représentée par des produits phares** vecteurs d'attractivité
7. **Des activités qui viennent nourrir l'affirmation d'une identité à la fois rurale et innovante** : un foisonnement d'initiatives en matière d'économie circulaire et de circuits courts, numérique ... **mais un manque de visibilité** de ces actions.

11 grands constats de l'attractivité résidentielle, économique et touristique du Pays Vesoul - Val de Saône

ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE :

8. Une **offre touristique d'itinérance** structurée autour de la Saône et **porte d'entrée sur la destination Bourgogne** bénéficiant d'une renommée internationale ... mais **un territoire aujourd'hui de passage plus que de séjour**, à faible visibilité et qui rayonne peu à l'échelle du Pays (offre concentrée)
9. Une **destination pour les visiteurs d'affaires et exposants à fort potentiel** malgré une offre dédiée encore à construire (notamment en matière d'hébergement et de restauration)

ACTEURS ET VALEURS :

10. Une **proximité des acteurs** qui facilite leur mobilisation et organisation dans la démarche de **prospection**, avec des propositions d'accompagnement construites sur mesure, adaptées en fonction des besoins de chaque projet (formation, foncier, recrutement, aides financières, etc.) ... **mais parfois un manque d'outils dédiés et donc de réactivité**
11. Un **réel attachement** et une **vraie implication** de ceux qui font le choix de rester sur le territoire : **un réseau d'acteurs sur lequel mieux s'appuyer** pour développer de nouvelles initiatives et structurer l'action.