

# ANALYSE / STATISTIQUES



MONTAGNES DU JURA

## ATTRAITES MASSIF JURA

- Lacs
- Cascades du Hérisson
- Station des Rousses
- Baumes les Messieurs
- Besançon

## CLIENTÈLES ET COMPORTEMENTS

- Familles de classe moyenne 35-50 ans
- ¼ de touristes d'origine étrangère
- ¾ de la clientèle touristique est sédentaire

## ACTIVITÉS RECHERCHÉES

- Balades en forêt ou campagne 51%
- Randonnée pédestre 46%
- Découverte faune flore 23%
- Activités liées à la neige 18%
- Balade vélo 9%

HAUT-JURA ARCADE

## CLIENTÈLES ARCADE

- Familles avec jeunes enfants
- Seniors et petits enfants
- Couple seniors
- Jeunes couples

## ACTIVITÉS SUR ARCADE

- Randonnées pédestre
- Via-ferrata
- Ski alpin Morbier/ski nordique
- Bellefontaine

ANALYSE

Stratégie touristique

# CONSTATS



## UN TERRITOIRE MORCELÉ

D'un côté il y a le bourg-centre (Morez) qui prédomine et s'inscrit dans un projet de territoire en cours de développement. Et de l'autre côté? les villages qui ont développé chacun leurs atouts, issus de leurs savoir-faire et d'un tourisme hivernal jusqu'alors prépondérant.

## LES TYPES DE CLIENTÈLES ÉVOLUENT

La clientèle touristique est avant tout familiale (35-50 ans). L'attrait grandissant pour la randonnée attire une clientèle de seniors, mais aussi des plus jeunes sur l'itinérance. Nous basculons depuis peu sur une fréquentation plus importante l'été que l'hiver. C'est le cas sur l'ensemble des montagnes du Jura.

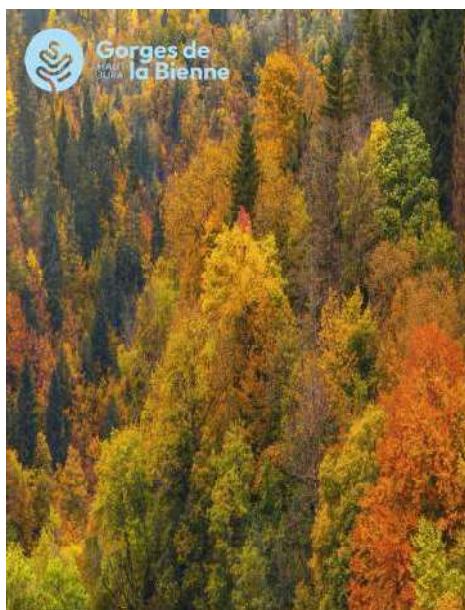
## L'OFFRE TOURISTIQUE DOIT SUIVRE LE MOUVEMENT

L'offre de randonnée déjà bien développée, doit inclure de l'itinérance courte en liant le bourg centre et sa gare aux autres villages et arrêts gares. Une logique de déplacement doux sur le territoire doit être mise en avant en s'appuyant sur le plan vélo.

L'intérêt du territoire Haut-Jura Arcade, est aussi son désavantage : une vallée encaissée et des liaisons entre les villages avec de forts dénivelés et des paysages très différents. D'où une trame logique de déplacement sur le territoire, avec des points forts sur chaque site. Les déplacements se font à 90% en voiture personnelle. 2% seulement viennent en vélos. Et la part de déplacement durant le séjour est très faible. Donc notre territoire à clairement un désavantage. (Données MDJ)

CONSTAT

Stratégie touristique



# PRECONISATIONS

## RENDRE LE TERRITOIRE ATTRACTIF 4 SAISONS

### S'appuyer sur l'existant:

- Rando pédestre
- Rando raquettes
- Ski alpin + ski nordique
- Via-Ferrata/salle d'escalade indoor
- Jurassic Vélo Tour

Savoir-faire : musées / maisons émail, flore, du mètre

### Compléter avec :

- Faire coïncider le PDIPR et les sentiers raquettes
- Proposer des circuits pédestres d'itinérances courtes (en cours de création)
- Adapter les Remontées Mécaniques au vélo (essais concluants à Bellefontaine)
- S'appuyer sur les labels accueil vélo et pêche
- Proposer en plus du VTT un produit cyclotourisme (boucles)
- Développer le biathlon aussi en été
- Développer des produits touristiques autour des savoir-faire
- Mobilités douces : plan vélo-Ligne des hirondelles

Stratégie touristique

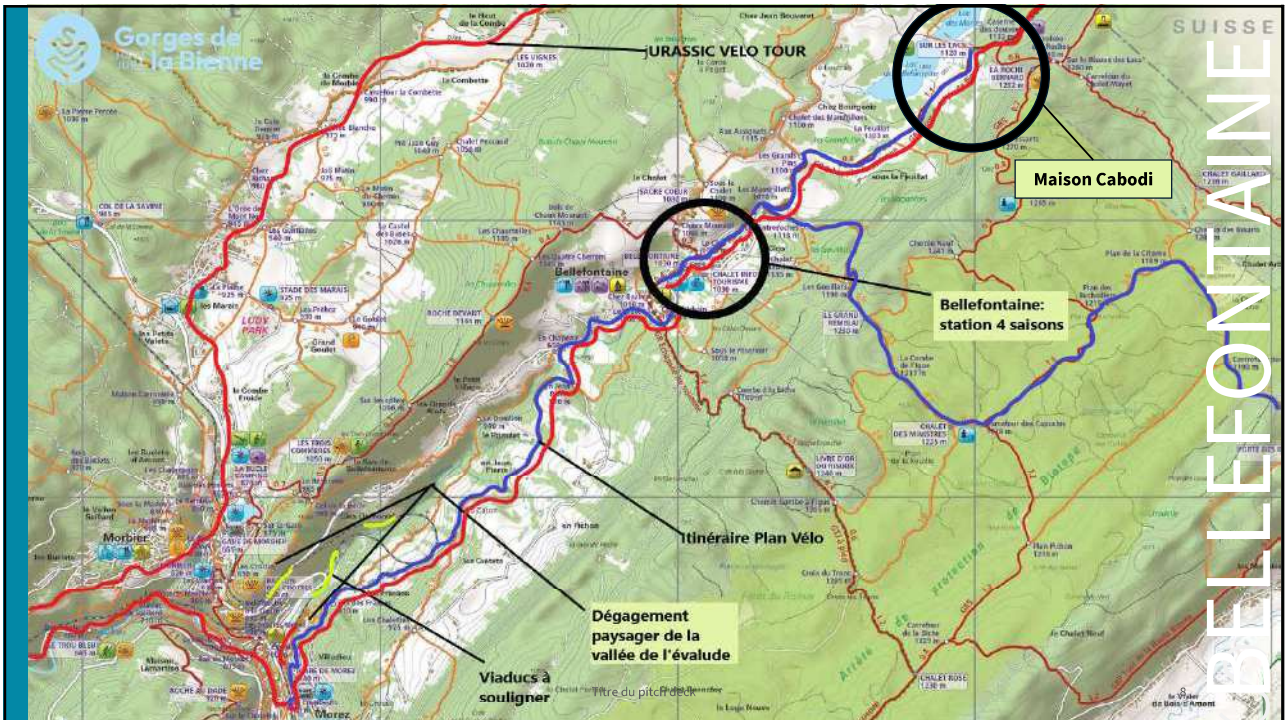
5

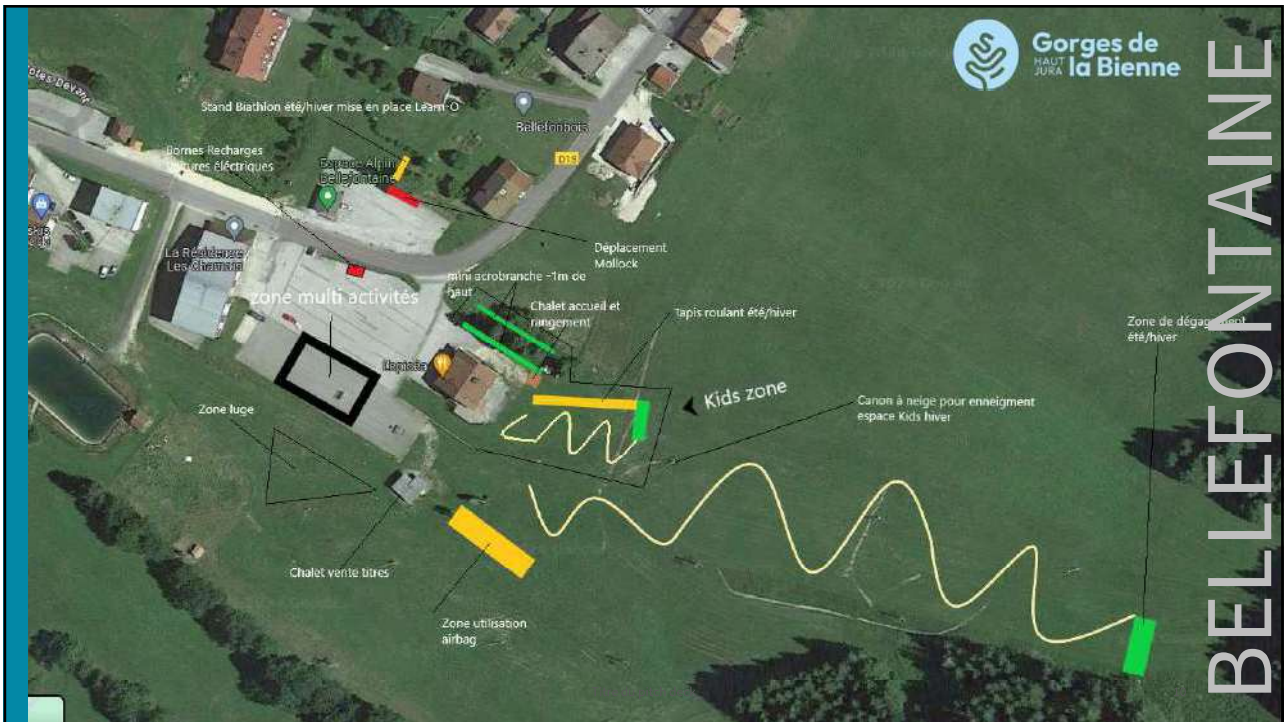


## PRÉCONISATIONS PAR SECTEUR

Stratégie touristique

6





**Gorges de la Bienne**  
HAUTE SAOÛRE

Stratégie touristique

11

**BELLEFONTAINE**

## BUDGET PREVISIONNEL PAR PHASE

### Phase 1

- TAPIS ROULANT: 115K€ HT
- ADAPTATION TK: 7K€ HT
- MINI ACCROBRANCHE: 16K€ HT
- TERRASSEMENT: 5K€ HT
- MAITRISE D'ŒUVRE: 3K€
- TOTAL: 146K€ HT**

### Phase 2

- ZONE MULTI-ACTIVITES: 40K€ HT
- CHALET ACCUEIL EAB: 20K€ HT
- STAND BIATHLON: ESF
- CONCEPT LEARN-O: ESF
- TOTAL: 60K€ HT**

### Phase 3

- DPLT MOLOCKS: 8K€
- BORNES :26KHT
- LIAISON CHALET: 0K€
- TOTAL: 34K€HT**

**Gorges de la Bienne**  
HAUTE SAOÛRE

Stratégie touristique

12

**BELLEFONTAINE**



## Autres axes à travailler :

### LES CHEVREUILS (CVO) + MAISON CABODI

- Plan « avenir montagne » et « village d'avenir » (étude d'opportunité et de faisabilité)
- Destruction de la maison Cabodi et création d'une plateforme contemplative des lacs avec l'aide de la com-com et du PNR.

### NORDIQUE

- Navette pour parking du Grand Remblai au départ du point info et fermeture de la route du Risoux. (Badges à prendre au point info)

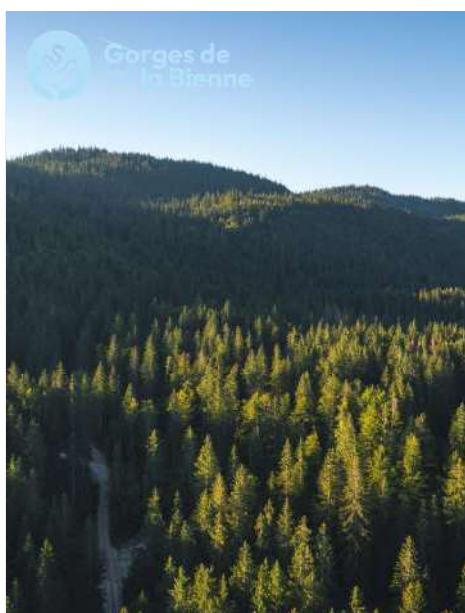
### TAXE DE SEJOUR

- Proposition dans le cadre du plan avenir montagne, de passer l'ensemble de la com-com sur le logiciel de perception de la taxe de séjour, 3D OUEST. (Haut-Jura Saint-Claude a doublé son CA en 1 an passant de 170 000 à plus de 300 000,00€.
- Pour les Rousses augmentation de 25% par an depuis 2 ans.)
- 3D OUEST: 1ere année + formation: 12120,00€ puis 1860,00€/an +hotline pour 4 ans.
- La collecte peut se faire par un agent ARCADE avec une redistribution sur chaque commune. Environ 3 journées de travail par mois pour le suivi.

Stratégie touristique

13

BELLEFONTAINE



## Actions à développer sans coûts supplémentaires :

### RANDONNÉE PÉDESTRE PDIPR

- Tour des lacs au plus près des rives
- Centre village-sur les lacs : nouveau tracé sans portion de route
- Mise en tourisme du Risoux en respectant les zones APB (voir liaison vélo et pédestre via le chalet des Gardes. Produit packagé)

### VELO

- Boucles cyclo au départ de Bellefontaine (traces GPX disponibles en juin 2024)
- Label accueil vélo à l'hôtel « la Chaumière »

### JUR'AVENTURES

- Parcours sur le thème de l'eau (développé en interne)

Stratégie touristique

14

BELLEFONTAINE