

Raphaël Gugumus

Directeur

Office de tourisme de la vallée de la Bruche

Publié le 10 mars 2026

Prise de fonction : 1 janvier 2026



Passionné par son territoire dont il conte à merveille les histoires, Raphaël Gugumus met au service de la destination un parcours singulier. De l'ingénierie chimique à l'accompagnement des visiteurs et des acteurs locaux, il garde comme fil rouge le goût du terrain et du contact humain.

Son job : directeur de l'office de tourisme de la vallée de la Bruche, structure associative adossée à la communauté de communes du même nom. Il couvre ainsi un territoire de montagne et de piémont d'environ 20 km de long, soit 26 communes d'Urmatt à Saales organisées autour d'un centre de vallée et de deux versants. L'office de tourisme s'appuie sur une équipe de six personnes, un bureau principal (ouvert 300 jours par an avec location de vélos) et un bureau d'information au Champ du Feu, activé en période d'enneigement en lien avec la station.

Sa formation : diplôme d'ingénieur Chimie – ECPM (École européenne de chimie polymères et matériaux), Strasbourg.

Son profil : Ingénierie, management, stratégie, Qualité Tourisme, RSE, développement.

Son parcours : après ses études en 2011 et plusieurs stages dans le secteur, Raphaël Gugumus débute sa carrière dans l'industrie pétrochimique, au sein de la société Lanxess devenu Arlanxéo où il est ingénieur projet. Un an plus tard, il rejoint le groupe Bayer devenu Arlanxéo en tant qu'il devient ingénieur de production, un poste davantage orienté terrain que bureau. Mais au fil du temps, l'évolution de l'entreprise et le sentiment de la place décroissante accordée au facteur humain le conduisent à s'interroger sur sa trajectoire. Déjà impliqué dans la vie culturelle au sein de la MJC Wildelsbach depuis 2018, ce strasbourgeois d'origine se passionne pour la vallée de la Bruche et commence à y proposer, dès 2018, des balades contées à la tombée de la nuit. Ces histoires, qu'il écrit et interprète lui-même, lui permettent de tisser des liens avec le tissu associatif local et l'office de tourisme. En janvier 2020, juste avant le confinement, il franchit le pas et rejoint l'office de tourisme comme conseiller en séjour, première expérience professionnelle dans le secteur touristique. Il prend progressivement en charge le développement des activités de pleine nature (randonnée, vélo), le suivi de la démarche Qualité Tourisme (depuis une dizaine d'années) puis le volet RSE de la structure. En 2025, il assure déjà une partie des fonctions de direction adjoint aux côtés de la directrice, qui part à la retraite à la fin de cette même année.

Le contexte de sa promotion : afin de succéder à Anne-Catherine Ostertag, qui était directrice de l'office de tourisme depuis 2020, la communauté de communes et le conseil d'administration de l'office ont souhaité s'appuyer sur quelqu'un qui connaît intimement le territoire et la stratégie déjà engagée. Connaissant parfaitement la feuille de route 2018-2028 de l'office, jugée « visionnaire » qui pose des fondamentaux clairs en matière de tourisme durable, de mobilité douce et d'identité de destination, Raphaël Gugumus correspondait au choix de la continuité.

Pourquoi c'est lui : au-delà de son ancrage local et de sa connaissance fine de la vallée, Raphaël Gugumus apporte sa capacité à articuler vision stratégique et mise en œuvre concrète. Son passé d'ingénieur lui donne le sens des systèmes, de l'organisation et des leviers d'action ; son expérience à l'office de tourisme lui permet de maîtriser les dossiers Qualité Tourisme, RSE, randonnée et vélo ; son activité de conteur, enfin, l'a placé très tôt en contact avec les habitants comme avec les visiteurs. Son talent pour nouer des relations à toutes les échelles – du petit hébergeur à l'établissement d'exception – et à « mutualiser les savoirs et les envies de chacun » en font une véritable locomotive pour la destination.

Sa feuille de route : Raphaël Gugumus s'inscrit pleinement dans la stratégie 2018-2028 de l'office de tourisme, qu'il qualifie de « visionnaire » et dont il n'entend pas « dévier des fondamentaux ». Cette feuille de route repose sur quatre grands piliers.

Le premier est le développement d'une offre touristique en mobilité douce, s'appuyant sur un atout rare : une ligne de train qui traverse toute la vallée et relie directement Strasbourg, Saint-Dié et Épinal. Cela permet de bâtir une véritable offre « sans voiture » : séjours à pied ou à vélo, packages où les prestataires viennent chercher les visiteurs à la gare, petits déjeuners et transferts inclus. « Nous possédons une nature qui est exactement la carte postale que les gens recherchent : déconnexion numérique, reconnexion avec la nature. Notre rôle, c'est de montrer qu'il est possible d'en profiter sans voiture, en cultivant le slow tourisme. » Cette orientation se traduit par le développement des itinéraires à pied et à vélo, la mise en avant des hébergements accessibles en train et la création d'offres spécifiques « zéro voiture ».

Le deuxième pilier consiste à assumer et mettre en scène la singularité de la vallée de la Bruche. Située en Alsace mais au cœur du massif des Vosges, elle revendique une culture « hybride », différente de l'Alsace carte postale. « Notre différence fait notre force : nous sommes alsaciens et vosgiens à la fois, avec une identité à part entière. Notre objectif est donc de proposer une Alsace différente de l'image classique, et de donner corps à notre particularisme. » Cela passe par la rencontre avec les habitants, la découverte des savoir-faire locaux et la valorisation des établissements emblématiques comme La Cheneaudière ou Chez Julien, qui portent une gastronomie de terroir, des produits locaux et un positionnement haut de gamme (étoile verte, spa, hébergements d'exception), récemment rejoints par le restaurant Huna à Waldersbach (étoile verte depuis 2025).

Très imbriqué dans le précédent, le troisième axe de la stratégie est le développement et le partage de la marque de territoire « Vallée de la Bruche ». L'ambition est que chaque habitant devienne, à sa manière, un ambassadeur : en proposant des marches, des activités, en partageant ses passions ou en accueillant des visiteurs. « L'idée est de s'assurer que notre marque ne soit pas uniquement un logo mais soit le reflet d'une histoire collective où chacun raconte un morceau de vallée. » La boutique de l'office, pensée à la fois pour les habitants et pour les visiteurs, prolonge cette idée. On y trouve miel et pommes de la vallée, cosmétiques locaux, textiles, poteries, bougies, mais aussi un parfum déposé, le « Parfum de la vallée de la Bruche », décliné parfum d'ambiance et bougies. « Ce parfum, c'est une autre manière de raconter notre destination. Une manière d'offrir un petit bout de notre territoire identifiable par l'odorat. »

Le modèle économique et de gouvernance de l'office de tourisme de demain constituent le quatrième pilier de développement. Raphaël Gugumus souhaite travailler sur la mutualisation des compétences, l'intégration des innovations (notamment le numérique et l'intelligence artificielle) et l'adaptation du modèle de l'office de tourisme aux nouveaux usages. « Il faut avoir une vision large des possibilités de développement de la vallée, voir les leviers

d'action et les faire évoluer. Les idées ne suffisent pas : il faut une locomotive pour structurer, organiser, faire avancer. » L'objectif est de concilier tourisme vert « mais génératif » – qui profite réellement au territoire – et quelques « vaisseaux amiraux » d'exception qui tirent le rayonnement de la vallée vers le haut. Côté clientèles, il décrit un spectre allant des randonneurs (GR qui traverse la France du nord au sud) et familles avec jeunes enfants aux couples amateurs de bonne table, en passant par une clientèle du nord de la France, de Belgique et d'Allemagne, ainsi que des Parisiens en quête de week?end nature grâce à la proximité de Strasbourg et du TGV. « L'enjeu est de les accueillir dans un cadre cohérent avec les valeurs de la vallée : nature, lenteur, qualité » conclut-il.

Son N+1 : Nicolas Decker, propriétaire notamment de La Cheneaudière, président de l'office de tourisme depuis plusieurs années.

Sa bio express : 37 ans.

Ce que l'on dit de lui : Raphaël Gugumus est reconnu pour son accessibilité, sa simplicité de contact et sa capacité à parler le même langage que tous les acteurs, du petit hébergeur aux grandes maisons. Son aptitude à nouer des relations à l'échelle locale, à utiliser les bons canaux de communication selon les interlocuteurs, mais aussi son sens de la structuration lui permet de transformer une multitude d'idées en projets concrets. Son double visage de directeur d'office de tourisme et de conteur, incarne parfaitement la promesse d'un territoire à la fois authentique et inspirant.

Ce qu'on ne sait pas de lui : en dehors de ses fonctions, Raphaël Gugumus consacre beaucoup de temps à la petite association de contes « MJC Wildersbach » dont il est secrétaire, dans un village de moins de 300 habitants. Il y invente et écrit des histoires inspirées de l'histoire de la vallée, qu'il aime partager pour « émerveiller les gens » et entretenir le lien entre habitants. Pour lui, ces veillées contées sont une manière de cultiver ce qui fait l'âme de la vallée : des bourgs actifs, où tout le monde se connaît et où le lien humain ne se délite pas, mais s'enrichit par la diversité des cultures et des générations.