Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE
DE LA COHÉSION
DES TERRITOIRES

COMMISSARIAT
GÉNÉRAL
À L'ÉGALITÉ
DES TERRITOIRES

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

Labellisé par

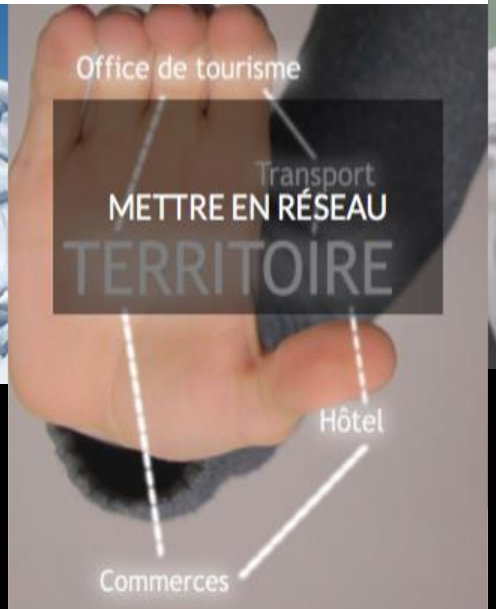
Ift
Institut français du tourisme

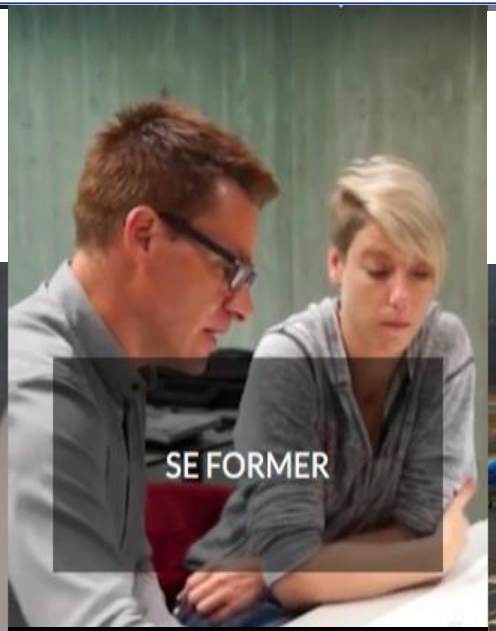
UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC

UN CENTRE DE RESSOURCES POUR LES PROFESSIONNELS ET LES TERRITOIRES

Innovation
Process
Co-création

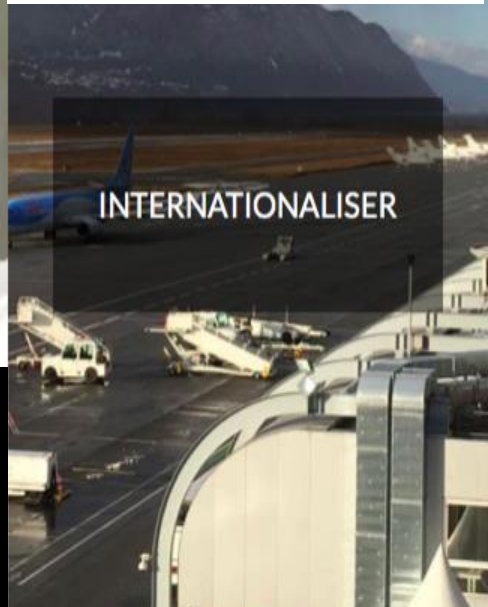
Centre de design des services





Formation continue (EMBA,BtoB)

Chine Transfrontalier (Suisse, Italie)



PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

LE PÔLE TOURISME EN CHIFFRES 2018-2019

3 programmes européens

1 projet européen en préparation

12 prestations de collaboration

318 étudiants mobilisés de **18** formations : 5 Licences, 2 Licences pros, 8 Master, 2 Doctorants, 1 EMBA

7 disciplines : Tourisme, STAPS, Sociologie, LEA, Géographie, Droit, Histoire

Différents formats : Cursus complet, module, stage, mission, mémoire

22 chercheurs mobilisés

6 laboratoires (Edytem, Irege, Libm, Listic, Llseti, Pacte)

3 consultants experts équivalent temps plein

Labellisé par Institut français du tourisme

UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC

ESPACE VALLEEN ARVAN VILLARDS ST JEAN DE MAURIENNE

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

OBJECTIFS DE L'ÉTUDE ESPACE VALLEN ARVAN, LES VILLARDS, ST JEAN DE MAURIENNE

Mieux cerner les usages et les représentations du territoire du point de vue des habitants, des partenaires économiques, des résidents secondaires et des visiteurs pour favoriser le parcours client et in fine améliorer l'attractivité du territoire.

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

UN PÔLE BASÉ SUR UNE APPROCHE UNIVERSITAIRE

210

1-Veille internationale

image

Parcours client

histoire

marketing

stations

cible

destination

géographie

Territoire

Usages

droit

économie

montagne

sociologie

Comportements

Motivations

=> Benchmark « intelligent »

Offre cyclo : 18 destinations en France, Suisse, Autriche, Italie

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

UN PÔLE BASÉ SUR UNE APPROCHE UNIVERSITAIRE

2-Enquêtes croisées :

Qualitatif/ quantitatif, sémantique, netnographique

372 entretiens avec TOUS LES USAGERS : institutionnels, professionnels, visiteurs et résidents secondaires, >100 sites analysés, >1000 RS

Principaux thèmes abordés :

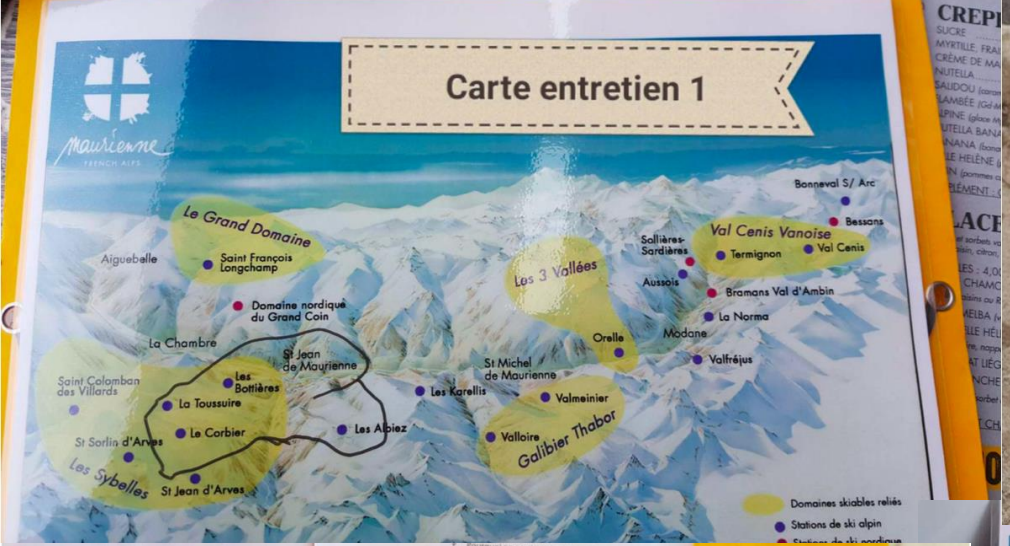
A. Définition du territoire
B. Points forts et points faibles du territoire
C. Usages du territoire
D. Parcours client

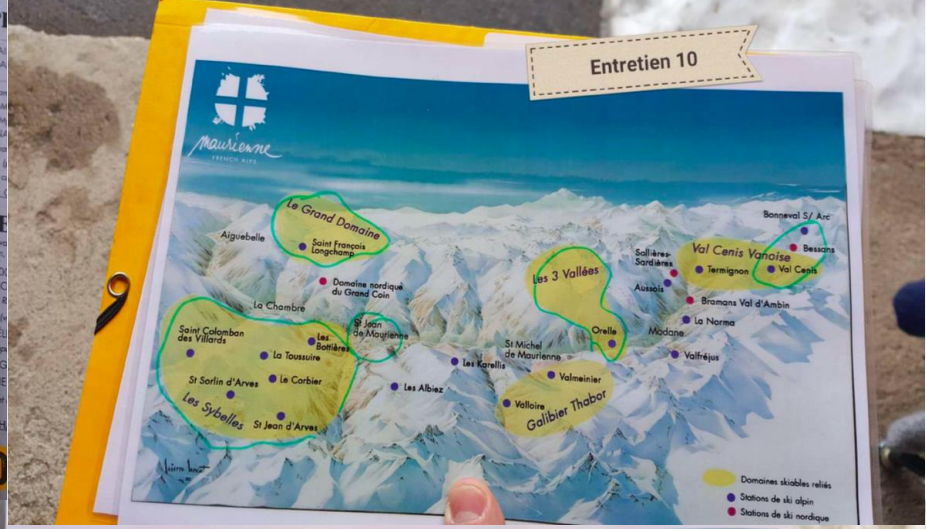
3- Ingénierie:

De la conception à la commercialisation

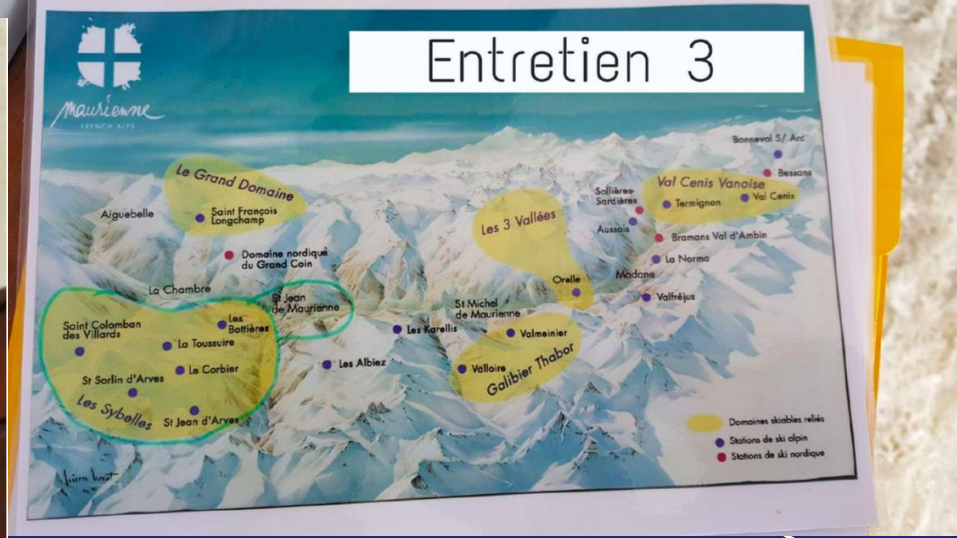
Co-construction

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE


Carte entretien 1
Maurienne
FRENCH ALPS
Le Grand Domaine
Aiguebelle
Saint François Longchamp
Domaine nordique du Grand Coin
La Chambre
St Jean de Maurienne
Les Bottières
Saint Colomban des Villards
La Toussuire
Le Corbier
St Sorlin d'Arves
Les Sybelles
St Jean d'Arves
Les 3 Vallées
Orelle
St Michel de Maurienne
Les Karellis
Les Albiez
Valmeinier
Valloire
Galibier Thabor
Bonneval S/ Arc
Bessans
Val Cenis Vanoise
Sollières-Sardières
Termignon
Val Cenis
Aussois
Bramans Val d'Ambin
La Norma
Modane
Valfréjus
Domaines skiables reliés
Stations de ski alpin


Entretien 10
Maurienne
FRENCH ALPS
Le Grand Domaine
Aiguebelle
Saint François Longchamp
Domaine nordique du Grand Coin
La Chambre
St Jean de Maurienne
Les Bottières
Saint Colomban des Villards
La Toussuire
Le Corbier
St Sorlin d'Arves
Les Sybelles
St Jean d'Arves
Les 3 Vallées
Orelle
St Michel de Maurienne
Les Karellis
Les Albiez
Valmeinier
Valloire
Galibier Thabor
Bonneval S/ Arc
Bessans
Val Cenis Vanoise
Sollières-Sardières
Termignon
Val Cenis
Aussois
Bramans Val d'Ambin
La Norma
Modane
Valfréjus
Domaines skiables reliés
Stations de ski alpin
Stations de ski nordique

Entretien 4
Maurienne
FRENCH ALPS
Le Grand Domaine
Aiguebelle
Saint François Longchamp
Domaine nordique du Grand Coin
La Chambre
St Jean de Maurienne
Les Bottières
Saint Colomban des Villards
La Toussuire
Le Corbier
St Sorlin d'Arves
Les Sybelles
St Jean d'Arves
Les 3 Vallées
Orelle
St Michel de Maurienne
Les Karellis
Les Albiez
Valmeinier
Valloire
Galibier Thabor
Bonneval S/ Arc
Bessans
Val Cenis Vanoise
Sollières-Sardières
Termignon
Val Cenis
Aussois
Bramans Val d'Ambin
La Norma
Modane
Valfréjus
Domaines skiables reliés
Stations de ski alpin


Entretien 3
Maurienne
FRENCH ALPS
Le Grand Domaine
Aiguebelle
Saint François Longchamp
Domaine nordique du Grand Coin
La Chambre
St Jean de Maurienne
Les Bottières
Saint Colomban des Villards
La Toussuire
Le Corbier
St Sorlin d'Arves
Les Sybelles
St Jean d'Arves
Les 3 Vallées
Orelle
St Michel de Maurienne
Les Karellis
Les Albiez
Valmeinier
Valloire
Galibier Thabor
Bonneval S/ Arc
Bessans
Val Cenis Vanoise
Sollières-Sardières
Termignon
Val Cenis
Aussois
Bramans Val d'Ambin
La Norma
Modane
Valfréjus
Domaines skiables reliés
Stations de ski alpin
Stations de ski nordique

FORCES DU TERRITOIRE COMMUNES AUX DIFFERENTES ZONES

Sécurisé

Tranquille

Calme

Peu d'attente

Domaine skiable

Paysages

Nature

Authentique

Idéal pour apprendre à skier

Vue panoramique

Attractif

Commerces

A taille humaine

Familial

Enneigement
Ensoleillement

Facilité d'accès

Sympathique

Domaine des Sybelles

Convivial

Peu de monde
Pas surchargé

Adapté pour les enfants

Pratique
Organisation

Proximité

Remontées mécaniques

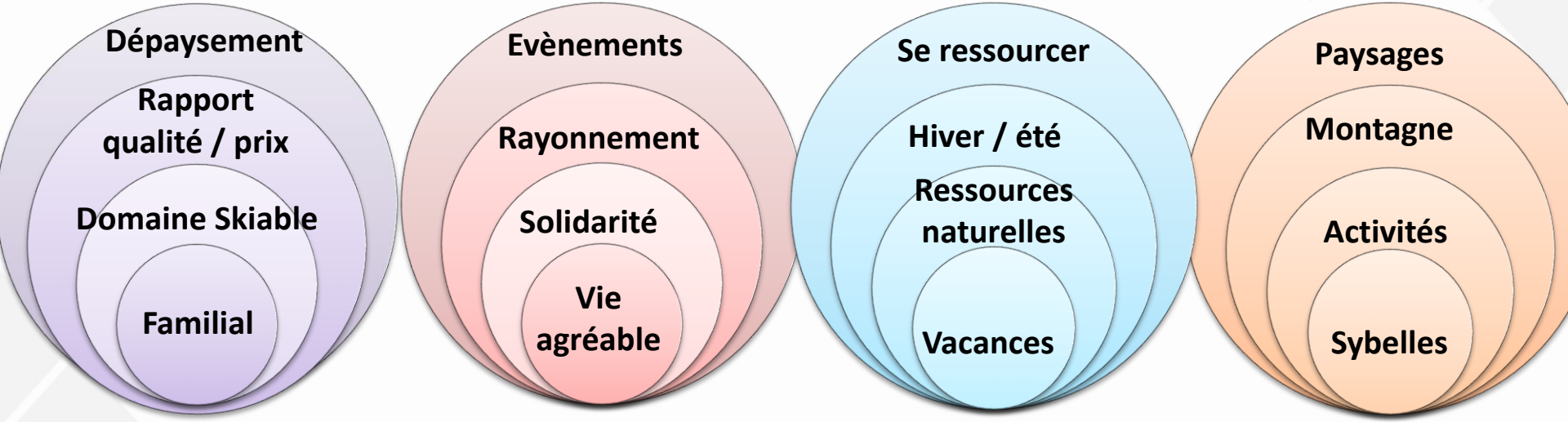
Liaisons

Commodités
Infrastructures

Rapport qualité prix

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

FORCES DU TERRITOIRE SELON LES USAGERS



TOURISTES

HABITANTS

RESIDENTS SECONDAIRES

PROFESSIONNELS

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

FORCES SPÉCIFIQUES À CHAQUE ZONE PAR TYPE D'USAGER

LE CORBIER

- Front de neige
- Ski au pied
- Navettes
- Parking
- Liaisons
- Localisation
- Paysages
- Impact peu la nature
- Galerie marchande
- Très pratique
- Proximité des services

- Potentiel touristique
- Authentique
- Sybelles
- Activités hivernales
- Paysages

- Activités d'hiver et d'été
- Pas de tourisme de masse

LA TOUSSUIRE

- Large domaine skiable
- Plus de 300 km de pistes
- Proximité avec les autres stations
- Navettes
- Vue sur les Aiguilles d'Arves

- Facilité d'accès
- Très bien aménagé
- Authentique
- Sybelles
- Paysages
- Activités hivernales

- « Moins bourge » que les autres grandes stations

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

FAIBLESSES DU TERRITOIRE COMMUNES AUX DIFFERENTES ZONES

Pas de vie en intersaison

Peu diversifié

Pas assez de pistes

Manque d'activités hors ski

Manque de notoriété

Manque de dynamisme

Altitude basse

Manque d'activités en intersaison

Interconnexion entre les stations

Prix trop élevés

Vieillot

Pas adapté aux jeunes

Manque de neige

Circulation et parkings

Petit domaine skiable

Pas d'ambiance

Infrastructures vieillissantes

Fréquentation insuffisante

Performance des remontées mécaniques

Irrégularité du climat

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

LE PARCOURS CLIENT?

Vue par les professionnels

- La majorité des acteurs n'ont pas connaissance du parcours client

- Sait jean de Maurienne: Le parcours client n'est pas intégré dans l'esprit des acteurs et des élus

P
d
v

n St-Jean
nent en

nt et
un car
n et
reprennent le train

Etape 1

Avant : Réservations, recherches sur les transports, activités et services

Etape 2

Etape 3

Passent le séjour sur la station : déplacements et activités

Etape 4

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

RECHERCHE D'INFORMATIONS?

Le bon coin, Booking, Airbnb

- Les clients cherchent leurs informations sur le site de l'office du tourisme
- Le site de l 'ESF
- Le site des remontés mécaniques

Les horaires des navettes

Informations Accessibles

↓

Problèmes

Nombreux clics pour organiser tout leur séjour

-Site internet non à jour
-Bug de l'application qui indique la météo
-Diff prix des forfaits internet vs caisses
- Fausses informations

Saint Colomban des Villards
Saint Alban des Villards

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

PLATEFORMES DE MARQUE

PROMESSE
8 promesses différentes

PROMESSE
?

PROMESSE
?

VISION
Développer les activités 4 saisons

VISION
Devenir un vrai village-station

VISION
?

MISSION
Promouvoir domaine skiable

MISSION
Créer du dépaysement et un tourisme 4 saisons

MISSION
Promouvoir un tourisme sportif

POSITIONNEMENT
Familial / Abordable / Naturel

POSITIONNEMENT
?

VALEURS
Authentique / Familiale / Conviviale / Accueillante / Humaine

≠

VALEURS
Travailleuse / Culturelle

PERSONNALITE : Conviviale

PERSONNALITE : Sauvage

PERSONNALITE : Culturelle / Industrielle

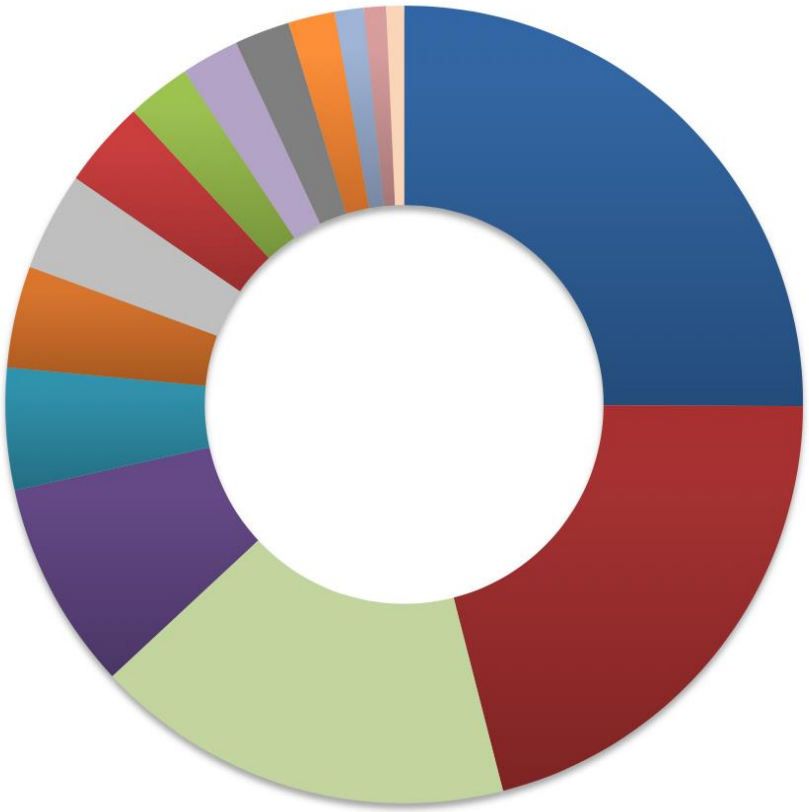
PERSONNALITE COMMUNE : Sportive et Chaleureuse

ATOUTS
Ski / Nature / Patrimoine / Agriculture

≠

ATOUTS
Grands cols / Culture / Infrastructures

ANALYSE DES RÉSEAUX SOCIAUX



- Sybelles
- Toussuire Sybelles
- Le Corbier Sybelles
- St Sorlin d'Arves
- Admirateurs Toussuire
- St Jean d'Arves Sybelles
- Albiez
- Fromagerie
- ESI Toussuire
- ESF Toussuire
- ESF Corbier
- Le Chamois
- St Jean d'Arves
- Les Bottières
- Jarrier

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

QUELS PROBLÈMES ?

- **Les stations n’ont pas su unir leurs forces** : elles suivent chacune leurs objectifs

- **Ne s’appuient sur leurs complémentarités ⇔ panel d’activités plus larges, + grande satisfaction des clients**

  Les stations ne font pas la promotion des unes et des autres / Le haut ne fait pas la promotion du bas et inversement

- **Pas de multi saisons** :

  Le haut ne fait pas d’efforts pour se développer l’été (magasins fermés…) / Le bas ne fait pas d’efforts pour se développer l’hiver

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

PRECONISATIONS DES CLIENTS ET HABITANTS

Moderniser

- Remontées mécaniques plus rapides et directes
- Renouveler les équipements
- Relooking de la station (ex: Corbier, Toussuire)
- Améliorer les routes (ex routes d' Arve)

Services

- Réseau mobile
- Médecin
- Plus de commerces, supérettes
- Transports

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

NOS PRECONISATIONS : repartir du parcours client

« L'expérience de la culture locale contribue à une expérience de vacances uniques et mémorables » (Kim et al, 2012;Sthapit, 2017)

- Identifier les difficultés du client ⇔ faciliter son parcours, son expérience ⇔**Former** les acteurs au parcours client en s'appuyant sur ceux qui l'ont intégré (hébergements)
- Mieux connaître ses clients pour mieux répondre à ses attentes, pour lui faciliter la vie ⇔ **plateforme data clients**
- Inciter les locaux et habitants /résidents secondaires à participer à l'amélioration de l'expérience client ⇔ **ressources de spécialistes locaux** qui guident, aident, racontent leur territoire ⇔ augmenter l'expérience du touriste.

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

NOS PRECONISATIONS tourisme hors hiver

« Désaisonnaliser le tourisme ne se résume pas à ouvrir les structures à l'année, il s'agit d'ajouter de la valeur à l'offre en réunissant les locaux avec une même politique de communication. » N. Fabry (2014)

Qui ? De nouvelles cibles

Quoi ? De nouvelles offres

Comment ? Une activation des ressources différentes (naturelles, humaines, structures…)

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

NOS PRECONISATIONS tourisme hors hiver: des nouvelles cibles

« On observe une baisse de la durée moyenne des séjours et une augmentation des séjours courts tout au long de l'année »

séjours courts : 30% du CA du tourisme en France, 55% séjours < 4 nuits (INSEE, DGE,2015)
8 Français sur 10 souhaitent partir quelques jours à la campagne dans l'année à venir (SOFRES, 2018)

- **Qui ?: Une clientèle <de proximité 200km), famille-amis-couples, dépense – en hébergement mais + en activités et restauration (Gautreau, 2017),**
- **Leurs attentes : « beaucoup de plaisir sans trop d'efforts », déconnection, rencontre-convivialité,**
- **Quoi ? une offre packagée, une offre qui intègre des activités exclusives qui ne sont pas en saison , activités de découverte (culture, patrimoine gastronomie), démarche de co-création (différent du touriste loisir d'hiver qui est plus consommateur).**

Leviers :

- **Patrimoine peu valorisé (les clients n'en parlent pas)**
- **Idée pour l'agriculture**
- **Non considérée par rapport aux ressources pour les professionnels**

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

Tourisme hors hiver: la clientèle business

séjours courts Business

« Ce tourisme engendre du capital investi 3 à 4 fois supérieur au tourisme loisir » (Zuffi, 2017),

25% du CA du tourisme en France (insee DGE 2015)

« Un touriste d'affaire qui aura vécu une expérience mémorable reviendra avec sa famille » (Rogers 2013)

- **Moins de contraintes budgétaires**
- **Offre packagée (possibilité de sous-traitance avec des agences)**
- **Infrastructures de travail et activités diversifiées en lien avec le**

Leviers : un bassin d'entreprises au pied des montagnes (réductions de budget ⇔ partent de – en – loin),
Une accessibilité (train, autoroute)
Une nature sauvage, préservée, des infrastructures

Tourisme hors hiver: comment faire ? Quels apports?

- Qui est p
- Que prop
- Commen

se)

Des séjours hébergeurs et prestatair saisons et le public).

La diversification des activités intersaison peut apporter :

- **Une réponse aux aléas climatiques (manque de neige, mauvaise météo / été) avec une offre structurée, communiquée sur culture, patrimoine, agriculture, bien-être, rencontres, jeux..**
- **Une qualité de vie aux résidents (médecine, services, commerces, transports, partage)**
- **Une valorisation de l'ensemble du territoire (en hiver, le visiteur ne bouge pas, sur les autres saisons il est beaucoup plus mobile).**

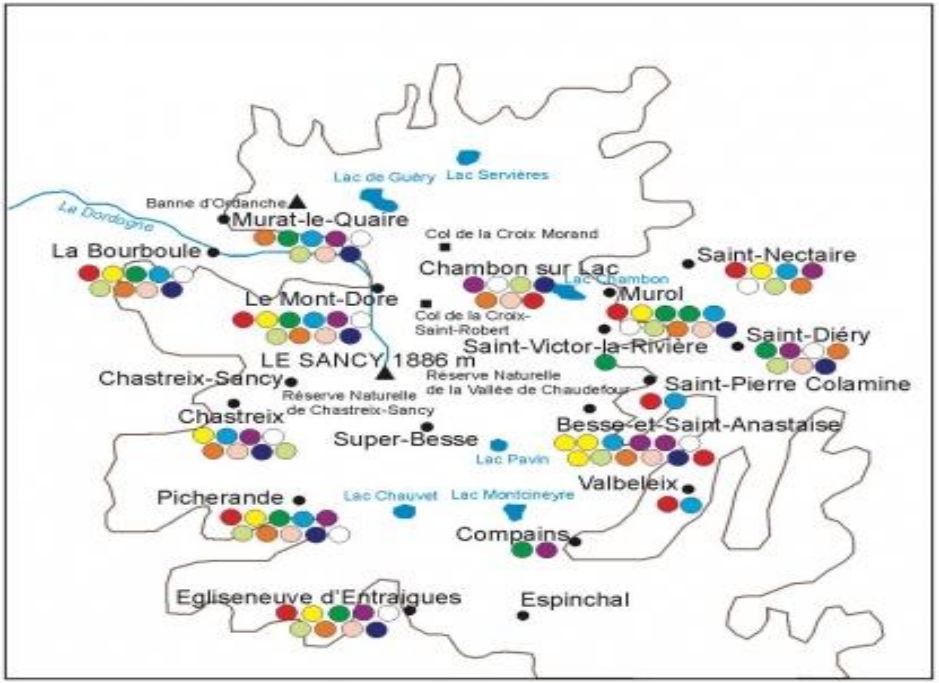
NOS PRECONISATIONS tourisme hors hiver : autres pistes ?

- Développer des activités fédératric
  festivals, expositions,…)
- Intégrer les entreprises (command

⇔ Per llée /

⇔ Plu

Horizons-Arts Nature en Sancy
(Massif du Sancy)



Date des différentes éditions

2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

NOS PRECONISATIONS : organisation ?

Le touriste n'a rien à faire des frontières administratives

- Comité/ conseil/ groupe/ équipe ? : inter-communes, inter-branches (transports, gendarmerie, résidents, commerçants, hôteliers, RM…)
- Quelle ambition? Quels objectifs ?
- Jouer sur la complémentarité des différentes zones du territoire
- Jouer sur une population très associative, d'entre-aides
- Favoriser la communication entre les élus et les professionnels (développement d'idées).

PÔLE TOURISME MONTAGNE INVENTIVE

MERCI!

PÔLE
TOURISME
MONTAGNE
INVENTIVE