POLITIQUE IMMOBILIER DE LOISIR

« Chauds ! Les lits… 100% douillets »

Améliorer le taux de remplissage de l'ensemble des lits du territoire, quels que soient leur typologie et leur mode de commercialisation

Journée Réseau Espaces Valléens

Mardi 29 novembre 2016

SOMMAIRE

- Rappel des enjeux liés à l'hébergement touristique
- Les pistes d'actions déjà tentées ailleurs
- Les types d'actions à mener en Haute Maurienne sur la base de leurs enseignements
- De l'étude à l'action sur le terrain : l'animation de la démarche
- De l'étude à l'action sur le terrain : le bilan des premières « activités »
- De l'étude à l'action sur le terrain : les besoins repérés, les actions existantes, à déployer, à créer
- Conclusion : vers une maison des hébergeurs.

RAPPEL DES ENJEUX

Journée Réseau Espaces Valléens

Mardi 29 novembre 2016

L'économie touristique s'est développée par la construction d'hébergements touristiques en Haute Maurienne, comme dans la plupart des stations de ski françaises.

CONSTRUCTION DE LITS

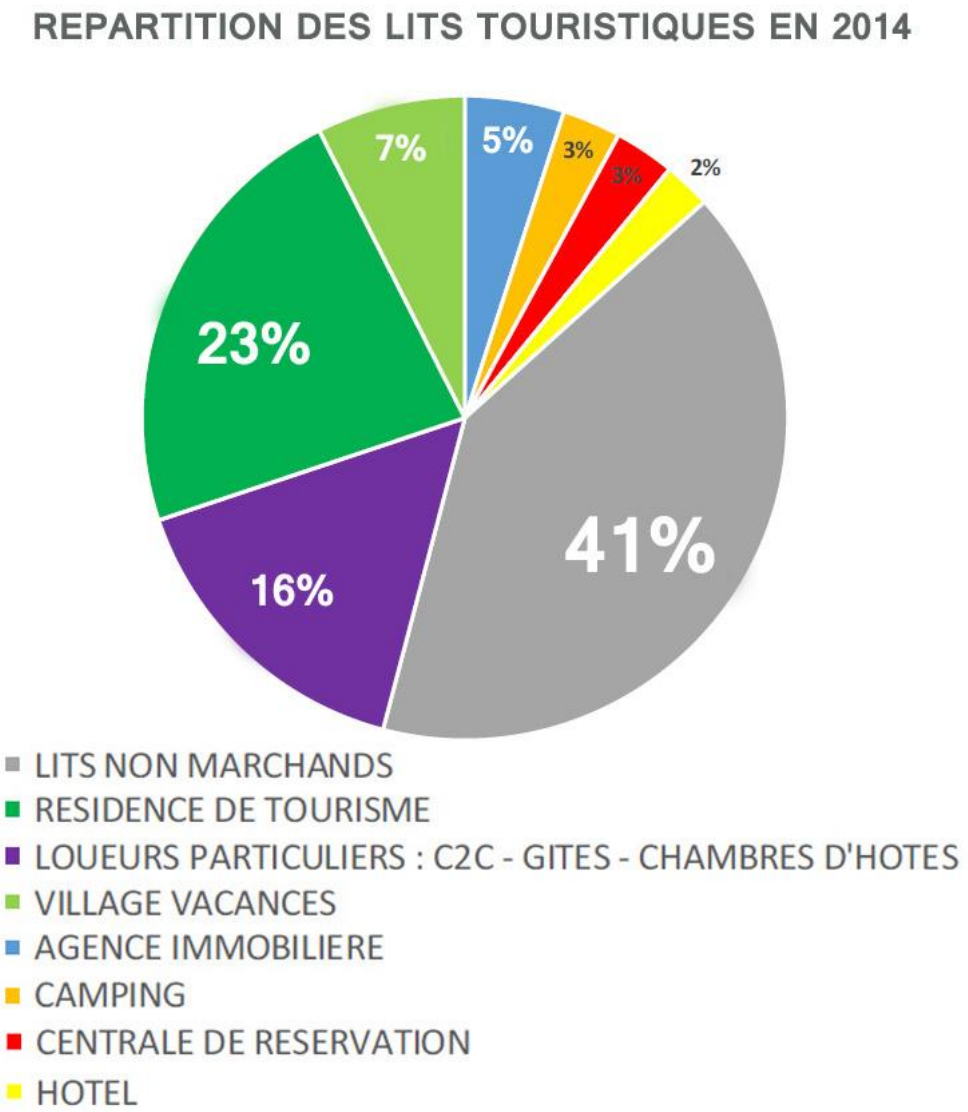
AUGMENTATION JOURNÉES SKIEURS

permet l'INVESTISSEMENT DANS LES DOMAINES SKIABLES

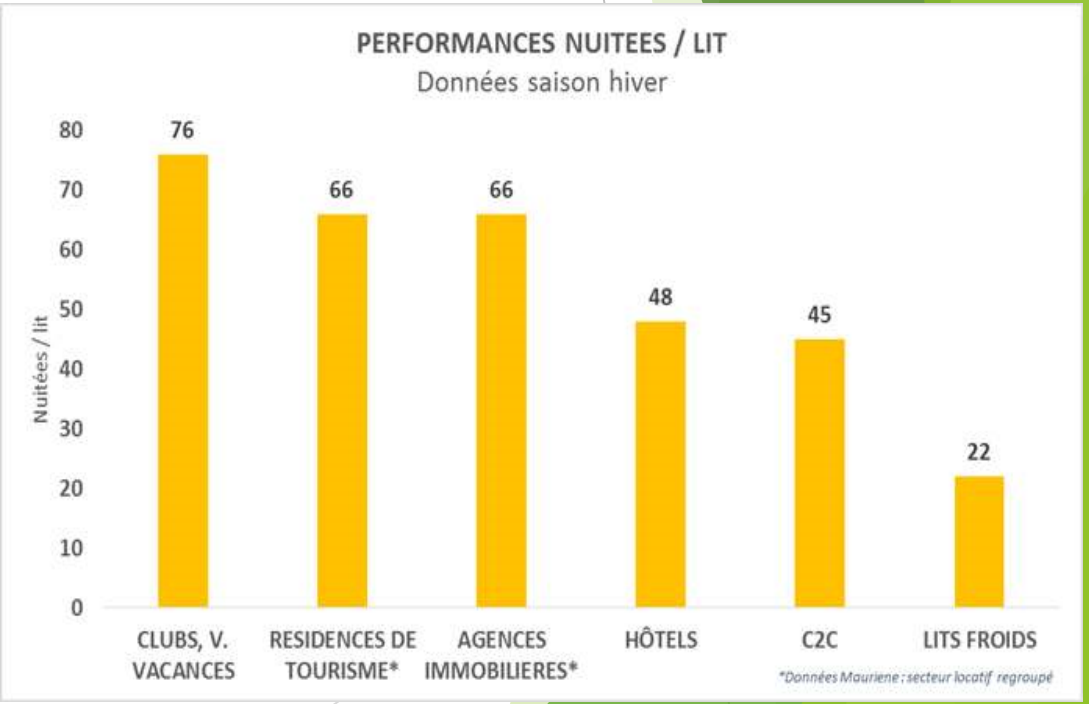
Augmentation de l'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE en stations…

…et en vallée (transport, commerces, services…)

L'hébergement est le socle de l'économie touristique des stations de Maurienne.

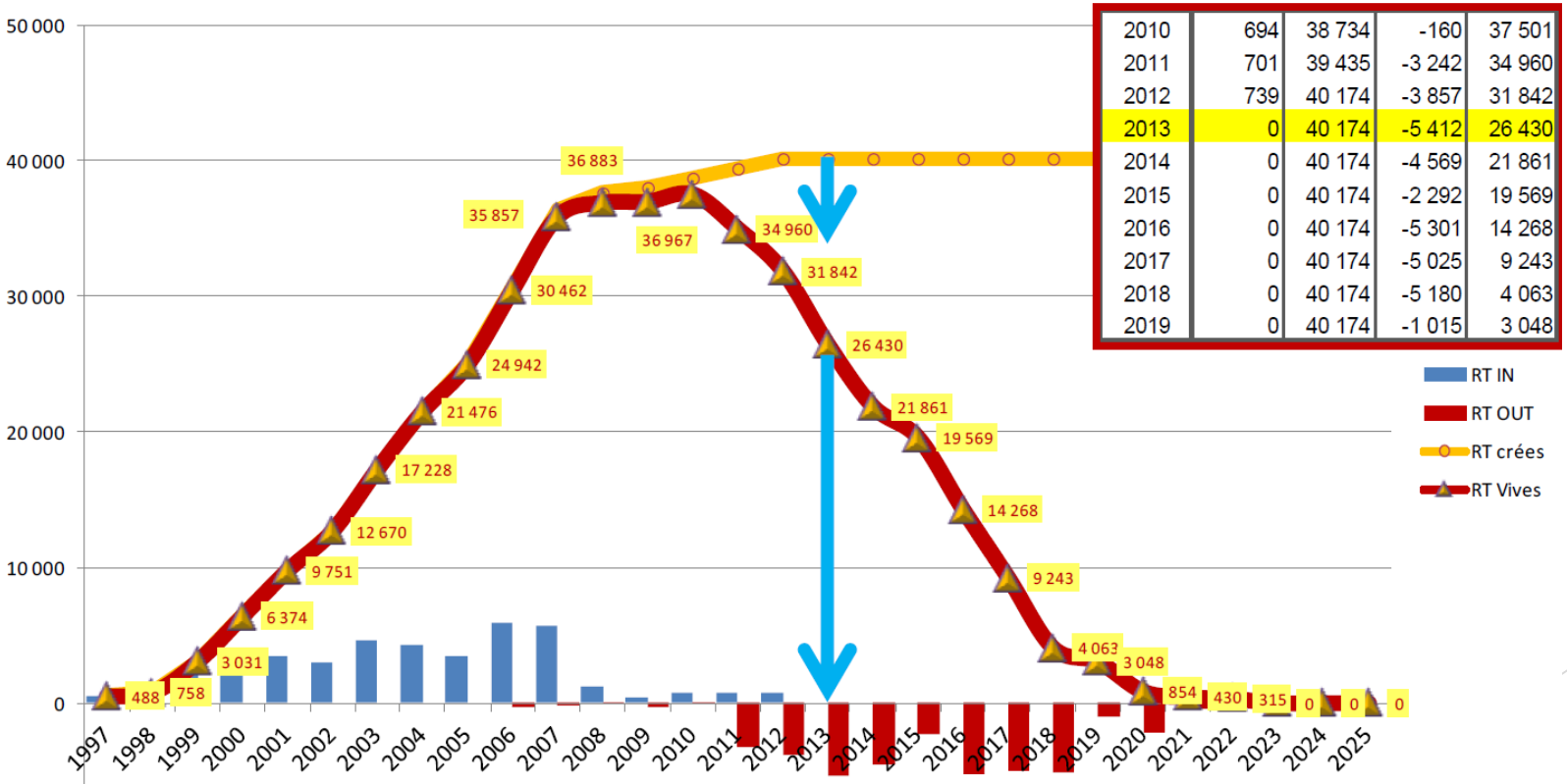


Le niveau d'activité de l'économie touristiques dépend des typologies d'hébergements touristiques et de leur capacité à générer de la fréquentation.



Un refroidissement rapide des lits touristiques…
… et donc une diminution de l'activité économique

19. L'exploitation des résidences de tourisme est un projet économique éphémère:
au terme de 9 à 11 années de gestion à bail, les biens exploités dans le cadre du statut de la RT peuvent sortir de la commercialisation touristique:
=> à l'initiative de la marque exploitante (débanalisation),
=> à l'initiative des propriétaires (non reconduction du bail, rachat du bail vente…).
En 2013 13.700 lits sont déjà concernés.
Profil des gestions annoncées… si évolution en *« pilotage automatique »…*



2010	694	38 734	-160	37 501
2011	701	39 435	-3 242	34 960
2012	739	40 174	-3 857	31 842
2013	0	40 174	-5 412	26 430
2014	0	40 174	-4 569	21 861
2015	0	40 174	-2 292	19 569
2016	0	40 174	-5 301	14 268
2017	0	40 174	-5 025	9 243
2018	0	40 174	-5 180	4 063
2019	0	40 174	-1 015	3 048

Une prise de conscience complète est donc URGENTE

car le moment clé est maintenant, pas dans 4 ans !

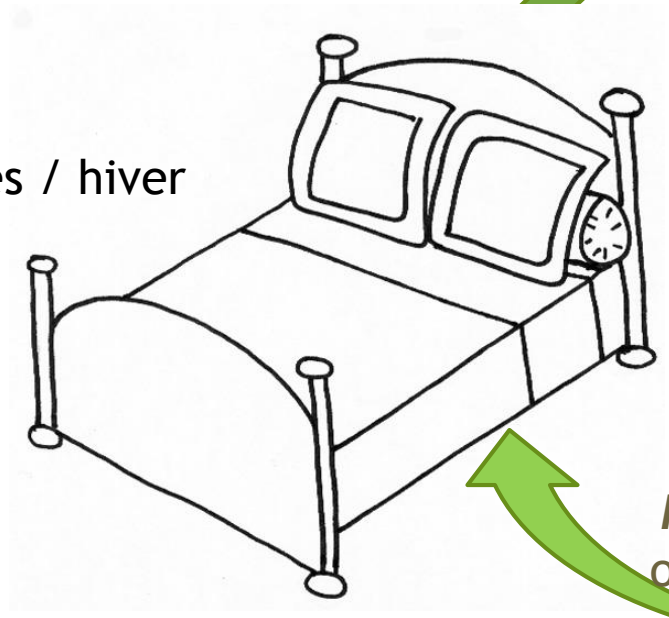
L'hébergement touristique est le socle de l'économie touristique des territoires. Les performances économiques du territoire dépendent des typologies d'hébergements touristiques et de leur capacité à générer de la fréquentation.

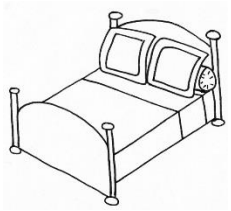
L'enjeu en Maurienne est bien de **préserver et maintenir le niveau économique actuel à minima.**

Enrayer la baisse des lits à fort rendement et la progression des lits à plus faible rendement

Hier

76 nuitées / hiver





22 nuitées / hiver

Retourner la tendance :
objectif de la Maurienne !

Quelques chiffres concernant les lits touristique de Haute Maurienne

Difficile d'avoir des chiffres très précis sans base de données / observatoire.

On estime à 45 500 le nombre de lits touristiques, répartis comme suit :

Secteur non marchand :

20 000 lits dits froids (= non loués) mais potentiellement et sporadiquement tièdes (car occupés, prêtés etc…)

Secteur marchand

(source : Chiffres G2A- SCOT Pays de Maurienne et Observatoire Haute Maurienne Vanoise)

10 000 lits gérés en Résidence de Tourisme (RT)
7 500 lits en loueurs PAP
5 000 lits en villages vacances, centres de vacances
2 000 lits en agences immobilières et centrales de réservation
1 000 lits en hôtellerie environ

➔ Plus des 2/3 des lits du secteur marchand sont commercialisés (=hors secteur diffus).

➔ Un gros travail à faire sur les lits froids et sur les lits en résidence de tourisme (RT) pour maintenir dans ce dernier cas la commercialisation optimale.

LES PISTES D'ACTIONS…
Ce qui a déjà été tenté

Journée Réseau Espaces Valléens

Mardi 29 novembre 2016

***POLITIQUE PROPRIETAIRE** : UNE ACTION DU CONTRAT ESPACE VALLEEN TERRA MODANA 2007 – 2013, SOUTENU PAR LA REGION RHONE-ALPES*

LES CHIFFRES CLÉS

6 MOIS DE REFLEXIONS COLLECTIVES

+ DE 40 DOSSIERS ÉTUDIÉS

3 ATELIERS GESTIONNAIRES, 20 ENTRETIENS INDIVIDUELS

3 STATIONS, 1 COMCOM

1 ATELIER PROPRIETAIRES, 30 ENTRETIENS INDIVIDUELS

4 COMITES DE PILOTAGE

1 BENCHMARK, 50 ACTIONS ANALYSÉES

3 COMITES TECHNIQUES

1 FORUM COLLECTIF

Stations	ORIL	OPAH	Label rénovation	Espace propriétaire	Programme propriétaires	Centrales de résa	Label qualité	Accord partenarial	Foncière	Taxes	Programme RETIL
Alpe d'Huez					x	X					
Arcs (les)						x					
Carroz (Les)					x						
Chamonix Mont-Blanc											
Combloux						x					
Courchevel						x					
Crans Montana (CH)											
Département de l'Hérault											
Deux Alpes(Les)						x					
Flaine					x	x					
Gets (Les)						x					
Grande Motte (la)						x					
Ménuires (Les)						x					
Méribel											
Métabief											
Mongie (La)											
Orcières 1850						x					
Piau-Engaly					x						
Plagne(la)						x					
Saint Jean de Monts											
Saint Lary Soulan											
Sept Laux (Les)						x					
Serre Chevalier											
SIVOM Pays du Mont Blanc											
Tania (La)											
Tignes						x					
Val d'Illiez -Champery (CH)											
Val d'Isère							x				
Val Thorens											
Valloire											
Valmorel											
Villard de Lans					x	x					
Peisey Vallandry					x	x					
SIVOM Tarentaise											x

2003
2004-2012
≥ 2013

CONSTAT 1 : on observe une multiplication et une spécialisation des outils à l'échelle locale en réponse à deux problématiques :

Améliorer le taux d'occupation des lits diffus

Remettre sur le marché locatif les lits froids

CONSTAT 2 : on observe une **évolution chronologique des outils déployés**, se traduisant par un « effet de mode » (des phases). En effet, les outils déployés ont connu/connaissent des pics d'attractivité différents selon les périodes

➔ TROIS PRINCIPES TRANSVERSAUX POUR OPTIMISER LES SOLUTIONS :

1. **Avoir une connaissance « intime » du parc locatif** de chaque station (appartement par appartement)
2. **Etre en capacité de fédérer TOUS les acteurs** (professionnels) d'une destination autour d'un projet collectif
3. **Structurer une stratégie** déclinée en actions à mener simultanément

3 IDEES PHARES

1. Créer une dynamique opérationnelle avec les opérateurs
2. Développer un service de qualité hors RT
3. Mutualiser les connaissances et les expériences

COMMUNICATION

→ Formaliser les échanges avec les opérateurs

→ Structurer une information auprès des élus portant sur le modèle économique des stations

→ Etablir un échange avec les associations de propriétaires

→ Participer activement aux copropriétés

MUTUALISATION

→ Mettre en place un observatoire des propriétaires

→ Mettre en place un observatoire des baux par station

→ Partager un appui technique « expert »

→ Produire un livret propriétaire (+ portail ?)

→ Mettre en place une cellule « veille / anticipation »

→ Structurer les échanges techniques

INCITATION

→ Réfléchir aux taxes locales avec les élus (taxes de séjour…)

→ Imaginer des avantages incitatifs nouveaux

4 TYPOLOGIES DE PROPRIÉTAIRES

LES SEMI PROFESSIONNELS : *Proposent des lots uniquement à la location, ne les utilisent pas personnellement*

LES PROPRIETAIRES LOUEURS : *Utilisent prioritairement leurs lots, et peuvent les mettre à la location*

LES PROPRIETAIRES PURS : *Ne louent pas et ne loueront pas*

… Et les propriétaires en résidence de tourisme qui ont confié la gestion de leur bien pour une durée déterminée à un exploitant, et qui ont une incidence à terme sur le devenir des lits qu'il ne faut pas oublier !

SYNTHSES DES PACKS ACTIONS

OBJECTIF 1 : DEFINIR, PARTAGER ET PILOTER UNE STRATEGIE DE TERRITOIRE

→Structurer une information auprès des élus portant sur le modèle économique des stations

→Réfléchir aux taxes locales avec les élus (taxes de séjour…)

→Imaginer des avantages incitatifs nouveaux

→Mettre en place une cellule « veille / anticipation »

→Mutualiser les connaissances et les expériences

→Mettre en place un observatoire des propriétaires

OBJECTIF 2 : ACCOMPAGNER LES PROPRIETAIRES EN RESIDENCES DE TOURISME

→ Formaliser les échanges avec les opérateurs
→ Produire un livret propriétaire en RT (+ portail ?)
→ Mettre en place un observatoire des baux par station

COMMUNICATION

OBJECTIF 3 : OFFRIR UN SERVICE DE QUALITE AUX PROPRIETAIRES LOUEURS

→ Développer un service de qualité hors RT
→ Partager un appui technique « expert »
→ Produire un livret propriétaire (+ portail ?)
→ Etablir un échange avec les associations de propriétaires
→ Participer activement aux copropriétés

OBJECTIF 4 : FAIRE DES SEMI PROFESSIONNELS DES AMBASSADEURS

→ Profitez de l'expérience des semi professionnels
→ Faire des propriétaires semi professionnels de vrais ambassadeurs

DE L'ETUDE « POLITIQUE PROPRIETAIRE » A LA « POLITIQUE IMMOBILIER DE LOISIR »

Sur le terrain…

Une démarche d'animation et de fédération d'acteurs

Journée Réseau Espaces Valléens

Mardi 29 novembre 2016

RECRUTEMENT D'UN CHEF DE PROJET:

car il s'agit de structurer une démarche globale, et les outils afférents

DEFINITION DE LA FEUILLE DE ROUTE

Une philosophie : apporter à chacun la réponse individuelle qui lui correspond, grâce au panel d'outils et en remettant les hébergeurs au cœur de la stratégie touristique

Un concept à valider : la maison des hébergeurs

3 AXES prioritaires définis

STRUCTURER UNE GOUVERNANCE

DYNAMISER LA FREQUENTATION DES LITS (↗ les lits chauds, ↘ les lits froids)

STRUCTURER la BOITE A OUTILS

2 URGENCES immédiates

PREVENIR LES SORTIES DE BAUX

ENGAGER LA RENOVATION DES BIENS

Et un premier OUTIL pour démarrer l'opérationnel d'emblée : AFFINISKI

SOMMAIRE DE LA PRESENTATION

1. **ANIMATION DE LA DEMARCHE**
    1. Cibler les acteurs
    2. Animer et coordonner des démarches
    3. Rechercher et diffuser de l'information
2. **2 URGENCES IMMEDIATES**
    1. Prévenir la sortie des baux
    2. Engager la rénovation des biens
3. **AXES PRIORITAIRES DE TRAVAIL**
    1. Structurer une gouvernance
    2. Dynamiser la fréquentation des lits
    3. Structurer la boite à outils
4. **EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS**

SOMMAIRE DE LA PRESENTATION

1. **ANIMATION DE LA DEMARCHE**
    1. Cibler les acteurs
    2. Animer et coordonner des démarches
    3. Rechercher et diffuser de l'information
2. 2 URGENCES IMMEDIATES
    1. Prévenir la sortie des baux
    2. Engager la rénovation des biens
3. AXES PRIORITAIRES DE TRAVAIL
    1. Structurer une gouvernance
    2. Dynamiser la fréquentation des lits
    3. Structurer la boite à outils
4. EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS

1 - CIBLER LES ACTEURS DE/CONCERNES PAR L'IMMOBILIER DE LOISIR

Faire le tour du territoire,

Les rencontrer

Recueillir leurs attentes

2 - ANIMER ET COORDONER DES DEMARCHES

L'exemple du dispositif choisi de rénovation, AFFINISKI

3 - RECHERCHER ET DIFFUSER DE L'INFORMATION

Commencer à créer « des ponts »

Un réflexe « ressources » qui valide et participe à la constitution de la Maison des hébergeurs

1 - CIBLER LES ACTEURS DE/CONCERNES PAR L'IMMOBILIER DE LOISIR

Tous peuvent participer avec leurs compétences à la dynamisation de l'immobilier de loisir

Qui ?	POURQUOI ? LES ROLES DE CHACUN
Résidences de tourisme	Refroidissement des lits, occupation, relationnel propriétaires
Elus	Développement des lits, fiscalité, équipements, stratégie, attractivité
Structures satellites de commercialisation (agences immobilières, centrales de réservation, conciergeries)	Location, occupation, sensibilisation, relationnel, gestion, connaissance des propriétaires, accueil
Propriétaires, associations de copropriétaires	Occupation des lits, qualité des biens, promotion du territoire, fédération de propriétaires, fidélisation, rénovation
Syndics de copropriétés	Connaissance et coordination des propriétaires, rénovation
Hôteliers	Commercialisation, qualité du bien et des lits
Centres de vacances	Commercialisation, remplissage des lits, qualité des lits
Exploitants de remontées mécaniques	Commercialisation, remplissage, attractivité de la destination
Offices de tourisme	Promotion, relationnel, attractivité, accompagnement, coordination, connaissance clientèles
Socioprofessionnels	Accueil clientèles, vie station, image, attractivité
Fédérations, représentants…	Stratégie, aides, connaissances des évolutions..

2 - ANIMER ET COORDONNER DES DEMARCHES / L'EXEMPLE D'AFFINISKI

- Une plate forme de services destinée à faciliter la rénovation des biens pour une hausse en qualité et remise sur le marché,
- Des services d'accompagnement des propriétaires (fiscalité, services conciergerie, financements) à destination de propriétaires qui veulent du clé en main,
- 4 référents sur le territoire, intermédiaires entre les propriétaires et Affiniski en échange d'une adhésion financière du territoire à la structure AFFINISKI

2 - ANIMER ET COORDONNER DES DEMARCHES

Rechercher des actions (propriétaire, mais pas que), en réponse aux attentes

Actions

- **Recenser les pratiques existantes sur le territoire dans l'optique de les étendre et de les mutualiser**
- **Aller voir ce qui existe ailleurs (journées d'étude)**
- **Mettre en place les actions adaptées déterminées par les acteurs de la Haute Maurienne (cf. organisation de la gouvernance)**
- **Validation d'une « Maison des Hébergeurs », réceptacle de la stratégie, lieu de décision et de ressources, lieu d'offres typées et adaptées à chaque besoin, pouvant proposer du « sur-mesure »**

3 - RECHERCHER ET DIFFUSER DE L'INFORMATION

Hors du territoire, repérer et rencontrer :

- Les démarches en cours (de type SCOT),
- Les institutionnels (partenaires financiers notamment),
- Les exploitants hors du territoire,
- Les associations ou structures ressources (Associations de conseil, sensibilisation en lien avec la rénovation énergétique, ATOUT France)
- Les pratiques et expériences en la matière (Benchmarking= coach copro, maison de propriétaires, ORIL, APTV en Tarentaise…)

Mais aussi… :

- Assister à des réunions, participer à des groupes de travail, rendre compte, « faire le lien »
- Mutualiser ou créer des outils, mettre en œuvre des initiatives quand c'est possible

3 - RECHERCHER ET DIFFUSER DE L'INFORMATION

Outre les nombreuses **INFORMATIONS ET DONNEES RECUEILLIES**

CET AXE OPERATIONNEL CONTRIBUE FORTEMENT A

-Etre identifié dans la dynamique du projet

-Mettre en relation

-Recueillir les interactions

-Repérer ce qui manque

-Se constituer un réseau

-Se construire une boite à outils

-Repérer les leviers d'actions, les acteurs clé, les personnes ressources

Mais aussi :

- Comprendre et s'approprier les termes, les acteurs, les réglementations, l'environnement,
- Mesurer le fonctionnement et les enjeux permettant de conduire les actions adaptées.

➢ **Importance d'un espace d'échanges et de mutualisation de données, de type « maison des hébergeurs »**

SOMMAIRE DE LA PRESENTATION

1. ANIMATION DE LA DEMARCHE
    1. Cibler les acteurs
    2. Animer et coordonner des démarches
    3. Rechercher et diffuser de l'information
2. 2 URGENCES IMMEDIATES
    1. Prévenir la sortie des baux
    2. Engager la rénovation des biens
3. AXES PRIORITAIRES DE TRAVAIL
    1. Structurer une gouvernance
    2. Dynamiser la fréquentation des lits
    3. Structurer la boite à outils
4. EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS

URGENCE 1. PREVENIR LA SORTIE DES BAUX

Mener une veille sur les sorties de baux

Constats

- ✓ Le fonctionnement des résidences de tourisme est relativement méconnu sur un territoire. Ce sont des structures qui vivent leur vie, alors qu'une grande partie de l'économie du territoire en dépend.
- ✓ Elles sont souvent très spécifiques et très différentes d'une structure à l'autre.
- ✓ Leur accès n'est pas aisé et nécessite un « travail de fourmi » (= relation de confiance).
- ✓ Peu d'élus connaissent « leurs » résidences. Les socioprofessionnels connaissent « leurs » biens en RT = la connaissance précise permet un suivi et une anticipation de problèmes et la création d'un relationnel.

Actions

- **Recenser les résidences de tourisme, rencontrer les exploitants, les responsables et les interlocuteurs locaux, assister aux Assemblées Générales**
- **Etablir un tableau de bord et de suivi à jour, notamment dans la question des sorties de baux**
- **Détecter ce qui fait le fonctionnement et les attentes d'une Résidence, les actions déjà existantes**

➔ Validation d'une « Maison des Hébergeurs », lieu ressource de connaissances, avec les interlocuteurs dédiés.

URGENCE 2. ENGAGER LA RENOVATION DES BIENS

Constats

- ✓ Parc locatif de Haute Maurienne de qualité inégale suivant les stations.
- ✓ Beaucoup de logements vieillissants alors que le contexte concurrentiel de plus en plus exigeant motive à adapter la qualité du bien aux évolutions de la clientèle.
- ✓ Existence d'une catégorie de propriétaires, très anciennement implantée sur le territoire, très attachée à son bien qui envisage difficilement de le faire évoluer.
- ✓ Une rénovation implique un investissement financier pas toujours possible.
- ✓ Un pari : la rénovation des appartements mise en œuvre par des propriétaires pourra booster la mise en location de biens jusqu'à présent peu ou pas loués.

URGENCE 2. ENGAGER LA RENOVATION DES BIENS

Action : rénovation INDIVIDUELLE : la mise en œuvre d'AFFINISKI

- Filiale de S3V et SSP. Plateforme de services : rénovation, financement, fiscalité, services clé en main.
- Facilitatrice : la cible principale est le propriétaire lointain qui ne veut s'occuper de rien.
- Optimisation : intermédiation : référent local / chargé d'opération AFFINISKI, base du concept
- Outillage collectif : outils virtuels, documents supports, éléments de langage, mécanisme pratique et malin, incitatif, concept « tout en un », en créant des packs et des partenariats.

- Application sur Haute Maurienne : mise en place d'une coordination des référents locaux, encourageant une émulation, un partage des informations et permettant un interlocuteur unique avec AFFINISKI.
- Questions : Quelle utilisation des entreprises locales ?

URGENCE 2. ENGAGER LA RENOVATION DES BIENS

AFFINISKI, Bilan à 6 mois

- **Une quinzaine de demandes de devis effectuées sans aucune réalisation pour l'instant**
- **L'information sur la fiscalité constitue un attrait majeur**
- **Un modèle qui doit sans doute s'adapter au territoire en termes de coûts et de style de rénovation**
- **Une demande forte des élus : la prise en compte des entreprises locales**

AFFINISKI, Enseignements

- **L'entrée rénovation : dynamique qui incite des propriétaires à réfléchir à leurs biens.**
- **AFFINISKI peut être structurant car il implique des acteurs de terrain, déclenche un relationnel et fait prendre conscience des besoins de services et de professionnalisation.**
- **MAIS… Cela prend du temps avant de faire effet :**
  - Nécessite des référents formés, motivés et dédiés (importance du temps dédié) sur le terrain,
  - Nécessite de convaincre les acteurs = communication régulière, « être toujours présent »,
  - S'inscrit dans un territoire avec des structures locales qui ont déjà leur fonctionnement.

➢ **Cet outil de conseil et de service trouve sa place dans une structure mutualisant les informations, de type maison des hébergeurs**

URGENCE 2. ENGAGER LA RENOVATION DES BIENS

Constats

- ✓ Un certain nombre de bâtiments ont 30 ans d'âge et nécessitent des relooking, des travaux d'entretien voire d'amélioration énergétique.
- ✓ Le non confort climatique » dans certains logements incite les propriétaires à envisager des travaux d'amélioration;
- ✓ l'impact de rénovation extérieure et l'aspect esthétique du bâtiment rénové agissent sur le logement privé,
- ✓ Dans le même temps un grand nombre de propriétaires ne veulent pas investir dans les travaux de première nécessité, ou confort n'ayant pas les moyens ou n'en voyant pas l'utilité
- ✓ L'évolution de la réglementation impose aux propriétaires une rénovation de la copropriété.

URGENCE 2. ENGAGER LA RENOVATION DES BIENS

Actions : rénovation COLLECTIVE (via rénovation énergétique)

- ✓ **Avec les structures référentes (points info énergie, CAUE, …), diffusion d'informations auprès de syndics et sensibilisation de propriétaires concernant la rénovation énergétique de copropriétés, l'installation d'équipements performants.**
- ✓ **Recherche d'aides financières ou techniques accompagnant ces rénovations.**
- ✓ **Sensibilisation des copropriétaires grâce à des outils de détection de défaillance énergétique dans les logements et les bâtiments**
- ✓ **Sensibilisation, formation et accompagnement des référents Immobilier de loisir du territoire**

Enseignements :

- **Importance du rôle du président du conseil syndical dans ce style d'opération.**
- **Incitation à la rénovation privative VIA des travaux engagés sur une copropriété**
- **Appui des syndics en général**

Info ! une expérimentation de sensibilisation et d'accompagnement à la rénovation de copropriétés en station de montagne est en cours sous le vocable « coach copro » (partenariat Atout-France-APTV)

SOMMAIRE DE LA PRESENTATION

1. ANIMATION DE LA DEMARCHE
    1. Cibler les acteurs
    2. Animer et coordonner des démarches
    3. Rechercher et diffuser de l'information
2. 2 URGENCES IMMEDIATES
    1. Prévenir la sortie des baux
    2. Engager la rénovation des biens
3. AXES PRIORITAIRES DE TRAVAIL
    1. Structurer une gouvernance
    2. Dynamiser la fréquentation des lits
    3. Structurer la boite à outils
4. EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS

1. STRUCTURER UNE GOUVERNANCE: DEFINIR ET PILOTER UNE STRATEGIE

Qui fait quoi ? Que fait-on ?

Constats

- ✓ Un grand nombre d'acteurs interviennent et sont concernés par l'immobilier de loisir = des structurations à l'échelle des stations, des modes de fonctionnement différents à organiser.
- ✓ Des acteurs qui poursuivent la même finalité, côte à côte, avec leurs actions propres = des démarches existantes à coordonner, à mutualiser.
- ✓ L'attente d'une véritable stratégie qui permette à chacun d'agir en fonction de ses compétences = des compétences complémentaires à organiser.
- ✓ Des élus qui prennent la mesure de la problématique = une gouvernance implique l'idée d'un langage Immobilier de Loisir commun partagé et diffusé par tous.

Actions

- Constitution d'un comité de pilotage représentatif des acteurs à l'échelle du territoire

➔ Réflexion sur les modalités d'une gouvernance qui permettent d'associer tout le monde dans le pilotage, dans la dynamique de projet et dans l'objet (= sûrement une Maison des hébergeurs)

2. DYNAMISER LA FREQUENTATION DES LITS

La mise en place d'une base de données propriétaires

Constats

- ✓ La connaissance de tous les propriétaires et notamment ceux qui ne louent pas est indispensable à la conduite d'une politique solide à leur attention
- ✓ La connaissance des propriétaires et des lits touristiques, station par station tant quantitative que qualitative est réclamée par un grand nombre de socioprofessionnels qui voient une manière de dynamiser les lits en proposant des actions ciblées (promotion-communication, rénovation, transactions etc…)
- ✓ Il est difficile d'avoir des données fiables en temps réel.
- ✓ Les acteurs utilisent des données récupérées par divers canaux mais dont l'exploitation ne peut qu'être partielle.

Actions

- **En relation avec Atout France et le CEREMA, le territoire s'inscrit dans une expérimentation en 2017 : méthode de constitution d'une base de données issues des données cadastrales**

➔ Validation d'une « Maison des Hébergeurs », lieu ressource de collecte, de mutualisation et d'analyse de ces données avec les interlocuteurs dédiés.

3. STRUCTURER LA BOITE A OUTILS

Identifier toutes les actions

Constats

- ✓ Attentes et besoins différents selon le profil des propriétaires (RT, loueur particulier, en agences…) et des opérateurs :
  - ✓ Information sur le territoire, gestion du bien, fiscalité, commercialisation, rénovation
  - ✓ Accueil, reconnaissance, implication dans la vie de la station.
  - ✓ Confiance dans la gestion de leur bien = connaissance de leur « histoire » (dans la station, dans la RT, transmission du bien, etc…)
- ✓ Pour le territoire, besoin de fidélisation pour créer un propriétaire ambassadeur conservant son bien dans un circuit locatif.
- ✓ Des démarches et des actions existent déjà (à l'initiative de propriétaires, socioprofessionnels, autres structures, autres territoires)

3. STRUCTURER LA BOITE A OUTILS

Identifier toutes les actions

Objectif :

- **Devenir un territoire entièrement tourné vers les propriétaires, qui leur facilite la vie et les incite à en devenir les ambassadeurs.**

Action :

- Mettre en œuvre la « Maison des Hébergeurs », pour créer un guichet unique, rassemblant tous les acteurs et tous les outils possibles. En faire un lieu d'accueil et de convivialité, pour que chaque propriétaire en pousse la porte, quelque soit son besoin.

SOMMAIRE DE LA PRESENTATION

1. ANIMATION DE LA DEMARCHE
    1. Cibler les acteurs
    2. Animer et coordonner des démarches
    3. Rechercher et diffuser de l'information
2. 2 URGENCES IMMEDIATES
    1. Prévenir la sortie des baux
    2. Engager la rénovation des biens
3. AXES PRIORITAIRES DE TRAVAIL
    1. Structurer une gouvernance
    2. Dynamiser la fréquentation des lits
    3. Structurer la boite à outils
4. EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS

Constats

- ✓ La rencontre avec les différents hébergeurs et acteurs a permis de recenser quelques actions existant sur la Haute Maurienne et d'en imaginer d'autres.

Besoins recensés et classés par type d'actions :

- ✓ Relatifs aux services, à l'information
- ✓ Relatifs à de l'aide financière, à des mesures incitatives
- ✓ Relatifs à un accompagnement et à de la reconnaissance, à de la confiance
- ✓ Relatifs à de l'organisation, de la stratégie et de la structuration
- ✓ Relatifs à de la communication, de l'échange d'information, de la mutualisation
- ✓ Relatifs à de l'attractivité de la destination, de la commercialisation

POLITIQUE IMMOBILIER DE LOISIR – 4. EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS

Besoins : Services / Informations

Type d'acteur	Besoin repéré	Action existante/démarche	Action potentielle	Porteur de l'action (potentiel)
Propriétaires	Conseils	Livret loueur de meublés (OTI HMV)	• A étendre sur l'ensemble de la Haute Maurienne avec les spécificités de chacun.	OT (puis OT intercommunal)
Propriétaires	Conseil et travaux de rénovation Services d'accueil, services de conciergerie Rénovation (clé en main)	Proposition de mise en relation avec entreprises locales (liste) et suivi travaux AFFINISKI, Agence privée de services.	• Etablir un guide de l'ensemble des savoir-faire et entreprises locales à de la Haute Maurienne • Création d'un « pool » de compétences à disposition des propriétaires • Agence de service à l'échelle intercommunale? (service à encourager)	Agence Immobilière (Collectivité Maison des hébergeurs)
Responsable de site	Accueil au sein d'une RT de plusieurs types de propriétaires nécessitant des informations ciblées Etre identifié comme partenaire sur un territoire	Se présenter « personnellement » aux acteurs sociopros de la station. Mutualiser, aller à la recherche de l'information	• Livret d'accueil propriétaires	Gestionnaire locale de RT. (OT, ensemble des acteurs d'une station)

POLITIQUE IMMOBILIER DE LOISIR – 4. EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS

	Type d'acteur	Besoin repéré	Action existante/démarche	Action potentielle	Porteur de l'action (potentiel)
Besoins : Services / Informations	Propriétaires	Informations spécifiques à la gestion du bien dont la fiscalité selon le type de gestion locative. Informations sur le territoire.	-Newsletter spécifique -Intervention d'élus dans AG de copropriétaires -Réunions propriétaires -AFFINISKI	• Newsletter généraliste ; • « Institutionnaliser » le principe des interventions d'élus	Agence, syndic Gestionnaire de RT OT Collectivité
	Syndic, RT	Anticiper l'information Disposer de relais	Mise en place d'un service propriétaires… au siège de l'exploitant.	• Diffuser de l'information sur les possibilités de gestion en RT, sur les exploitants, sur les lectures de baux, des conventions…	Exploitant de résidence de tourisme
Besoins : Aides financières	Propriétaires	Besoin d'une aide financière ou fiscale pour rénover ou louer un bien	Réalisation, suivi et avance du financement des travaux avec remboursement sur loyers	• Aides incitatives de la collectivité à la rénovation? • Avantages propriétaires	Agence immobilière (Collectivité ?)
Besoins : Services / Informations	Propriétaires de RT en sortie de bail	Pouvoir continuer à bénéficier des services de la Résidence (piscine, bien-être etc… : ce n'est pas toujours possible selon les RT).		• Sensibiliser les exploitants de RT au bénéfice de garder des lits dans la commercialisation en ouvrant les services aux propriétaires	

POLITIQUE IMMOBILIER DE LOISIR – 4. EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS

	Type d'acteur	Besoin repéré	Action existante	Action potentielle	Porteur de l'action
Besoins : Reconnaissance, confiance	Syndic, RT	Répondre à des questionnements propriétaires	Service propriétaires	• Diffuser de l'information sur les possibilités de gestion en RT, sur les exploitants, sur les lectures de baux…	Exploitant résidence de tourisme
	Propriétaires	Plus de souplesse dans leur occupation des biens Reconnaissance des propriétaires		• Travail avec les agences et les centrales. • Événements et avantages propriétaires • Voyages d'études • Associer les propriétaires aux instances de réflexion sur l'avenir du territoire.	Collectif
	Propriétaires	Relation de confiance pour louer le bien Maîtriser la commercialisation du bien		• Réalisation/signature d'une charte d'engagement entre plusieurs acteurs pour garantir la «pérennité » de la location	Collectif d'acteurs/MDH
	Propriétaires	Relationnel territoire Accompagnement dans la compréhension de la fiscalité locale	Newsletter spécifique Intervention d'élus dans AG Réunions propriétaires	• Newsletter généraliste • Expliquer les tenants et aboutissants de la taxe de séjour	Agence, syndic Gestionnaire de RT OT Collectivité

POLITIQUE IMMOBILIER DE LOISIR – 4. EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS

Besoins : Reconnaissance, confiance

Type d'acteur	Besoin repéré	Action existante	Action potentielle	Porteur de l'action
Association de copropriétaires	Connaître les promoteurs et les gestionnaires Connaître le fonctionnement des Résidences de tourisme Se prémunir des aléas		• Créer un « diplôme de promoteur » et d'exploitant. • Créer une liste des références de type CV des exploitants • Aides juridiques pour les propriétaires	Collectivité ? Agences ? Maison des hébergeurs
Propriétaires	Professionnalisation	Formation à l'animation de site web et à la communication sur réseaux sociaux	• Développer des ateliers de formation croisés sur l'ensemble du territoire	OT Maison des hébergeurs
Remontées mécaniques Agences, OT Centrale de réservation RT	Professionnalisation des acteurs/commercialisation		• Réunions régulières d'informations et de sensibilisation à l'attention des propriétaires sur les types de clientèles prospectées, les perspectives de remplissage, les enjeux, les fonctionnements de chacun • Construire une « charte d'engagement »	
Copropriétaire, Syndic	Rendre son bâtiment de copropriété conforme à la réglementation Diminuer ses coûts de chauffage pour pouvoir dégager des fonds d'investissement Information sur les dispositifs et aides mobilisables concernant des travaux dans les copropriétés	Actions de sensibilisation et d'information de point information énergie Promenades thermiques	• Proposer des réunions de formation aux nouvelles techniques de construction pour les référents immobilier de loisir permettant de sensibiliser les propriétaires (individuels). • Newsletter boite à outils recensant dispositifs financiers mobilisables	

Besoins : Organisation, stratégie, structuration

Type d'acteur	Besoin repéré	Action existante	Action potentielle	Porteur de l'action
Office du tourisme, agences immobilières, centrales de réservation, élus	Connaissance des propriétaires Connaissance précise du Parc qualifié	Bases de données « de collecte »	• Mise en place d'une base de données, globale à l'échelle de territoire et spécifique à l'échelle des stations.	Collectivités
Propriétaires Agences immobilières Elus	Instance de dialogue à l'échelle d'une station et d'un territoire Echanges d'information		• Coordination de tous les acteurs • Travailler sur une logique d'information et de circulation de l'information fluide.	Maison des hébergeurs
Propriétaires Agences Centrale	Connaître l'environnement global d'une station, y trouver toutes les réponses en gestion, fiscalité, transactions, projets, services	Inventaire des bonnes pratiques	• Pôle ressource= maison des hébergeurs • Voyage, journées d'étude	Collectivité et sociopros
Remontées mécaniques Agences, Centrale de réservation RT	Stratégie collective pour répondre aux besoins créés par l'implantation de nouveaux lits		• Réunions d'information et de sensibilisation régulières • Groupe de travail opérationnel permettant d'élaborer une charte d'engagement • Professionnaliser des acteurs leur permettant de répondre de façon ciblée et prospective aux attentes des nouvelles clientèles • Journées d'étude	(OTI, Collectivité ?)

	Type d'acteur	Besoin repéré	Action existante	Action potentielle	Porteur de l'action
Besoins : Organisation, stratégie, structuration	Elu OT	Connaissance de la situation des RT et des propriétaires (résidences secondaires notamment) sur leur commune Besoin « d'ouvrir » les volets pour l'activité économique et touristique	Recensement	• Prévoir un outil de suivi collectif de la situation des RT, des baux, des projets • Mesures de fiscalité incitative ou contraignante ? • Organisation d'un réseau de propriétaires ambassadeurs.	Collectivité Maison des hébergeurs
	Remontées mécaniques Agences immobilières, Centrale de réservation Association de propriétaires. OT	Action ciblée sur les lits diffus Avoir connaissance des biens à vendre sur un territoire pour répondre à une demande importante Décloisonner les informations	« cueillette artisanale » de données, accueil personnalisé et accompagnement de futurs propriétaires	• Réunions d'informations et de sensibilisation régulières • Regroupement de propriétaires (plateforme commune) • Avantages propriétaires • Base de données accessible permettant une bonne circulation de l'information concernant les biens.	

POLITIQUE IMMOBILIER DE LOISIR – 4. EBAUCHE DU PLAN D'ACTIONS

	Type d'acteur	Besoin repéré	Action existante	Action potentielle	Porteur de l'action
Besoins : Attractivité de la destination	Propriétaires, sociopros	Attractivité de la destination et du bien : équipements, ouverture de commerces, fluidité de déplacement avec intermodalité et tarifs accessibles		• Wifi • transports à l'échelle d'un territoire facilitant les circulations d'une station à l'autre, • Organisation de socioprofessionnels dans la proposition de services pérennes	Collectivité ? Partenariat public-privé ?
	Propriétaires, Spro	Attractivité de la destination, Image Spécificité de la destination	Travail marketing	• (démarche en cours avec les socios pros et les élus) mais associer les propriétaires ?	Collectivités OT
Besoins : Communication, échanges, mutualisation	Agences et Structures Sociopro	Appropriation par les élus de la thématique I de L dans leurs stations Travailler l'attractivité d'une destination/aménagements		• Organisation du comité de pilotage et des GT au sein d'une maison des hébergeurs • Construction d'un dialogue commun • Organiser des visites et rencontres sur site, réfléchir à des priorités structurantes	Collectivité ? Maison des hébergeurs ?
	Propriétaires, association de copropriétaires de RT	Convivialité et mutualisation d'informations Transparence	Création d'un site internet accessible aux propriétaires. Organisation de week-end conviviaux et de découverte de la station	• Etendre le site internet à l'échelle de la Haute Maurienne avec des entrée par RT • Animations propriétaires • Informations.	Association de copropriétaires Associations de copropriétaires ?

Les besoins recensés = préfiguration d'actions
La Maison des Hébergeurs = une réponse aux besoins

Attentes

- Etablir des stratégies ciblées, réfléchir bien en amont
- Répondre aux interrogations concernant les aides, la fiscalité du bien et du territoire, la rénovation, la gestion, les clientèles…
- Répondre aux attentes de coordinations et d'échanges de tous les acteurs
- Trouver de l'information
- Trouver une place

Missions-actions

- Base de données-coordination recueil, analyse, exploitation, suivi,
- Suivi des RT et des différents hébergements,
- Mise en place et suivi d'actions envers les propriétaires
- Interlocuteurs dédiés ou relayés
- Centre de ressources de l'économie locale (entreprises et sociopros)
- Lieu de coordination de partenaires, où chacun a sa place (coordination des actions déjà en place)
- Groupe(s) opérationnel(s) de pilotage qui détermine(nt) et ajuste(nt) les actions
- Lieu d'information/rénovation, service, territoire, location des biens, fiscalité, aides, dispositifs, interlocuteurs pertinents…

Restent à définir : financement et portage !

POLITIQUE IMMOBILIER DE LOISIR – CONCLUSION

- La démarche engagée par HMVTM s'inscrit dans une logique de transversalité et globalité, nécessitant une certaine polyvalence.
- Cette démarche s'envisage dans la durée.
- Une coordination et des échanges entre les acteurs du territoire s'avère utile et demandée.
- Il existe une attente de tous les acteurs en la matière, qui sont prêt à s'investir, d'une manière ou d'une autre.
- Les besoins repérés vont de la simple information à beaucoup plus complexe, en passant par des demandes de stratégie, d'animation, d'équipement, ce qui permet d'envisager une progressivité dans la mise en œuvre des actions concrètes.
- La rénovation est un des éléments, qui fait partie de la politique immobilier de loisir/ propriétaire. Les aides financières sont des éléments motivants.
- Rénovation du bien et attractivité de la destination sont fortement liés,

- Les résidences de tourisme n'ont pas d'action particulière mais peuvent constituer un terrain favorable d'animation de propriétaires notamment en fin de bail.
- Les leviers d'actions sont nombreux du fait de la variété des acteurs impliqués.
- Il existe déjà des démarches de sensibilisation-suivi-accompagnement-information initiées par différentes structures. S'appuyer sur elle, les développer, les étendre..: afin de bien les initier, les coordonner, et agir dans une légitimité.
  - **Une structure de type « Maison des hébergeurs » semble appropriée et fait son chemin.**

L'immobilier de loisir intègre plein de domaines. C'est une politique de « sur mesure », où chaque acteur doit pouvoir être pris en compte selon sa spécificité.

Merci de votre attention !

Contact : Marie Soubrane – chef de projet Immobilier de loisir

m.soubrane@canton-de-modane.com

Tel : 04 79 05 26 67 - Port : 06 75 03 01 97