



Maurienne
SAVOIE

Maurienne Tourisme

Document de travail sept 2016 /présentation 4C

LES TENDANCES DU TOURISME DEMAIN

En préambule quelques éléments de contexte : une nouvelle stratégie à 10 ans pour Savoie Mont Blanc

- Contexte vidéo de Joel Gayet :
[cliquez ici](#)
- Une nouvelle marque fédératrice :



- Savoie Mont Blanc en [quelques chiffres](#)
- Promotion : montrer toutes les facettes du territoire [Voir la vidéo](#)
- S'appuyer sur les forces vives du territoire : un [réseau d'ambassadeurs](#)

Et la Maurienne dans ce contexte ?

La Maurienne fait partie du territoire de Savoie Mont Blanc.

Elle possède des atouts qui répondent aux critères de l'**excellence** que SMB souhaite mettre en exergue.

Cependant, pour que la Maurienne soit visible dans les actions menées par SMB, il faut mettre en avant ses **principales forces** : faire **une sélection** afin **d'être attractif**.

Un point commun quelle que soit l'échelle territoriale : **LA MONTAGNE**

Facteurs déterminants :

- **Donner envie (mise en exergue des spécificités)**
- **Fédérer les acteurs (en réseaux)**
- **Qualifier l'offre (qualité)**
- **Personnaliser la relation client (GRC)**

Ce que représente la Maurienne :

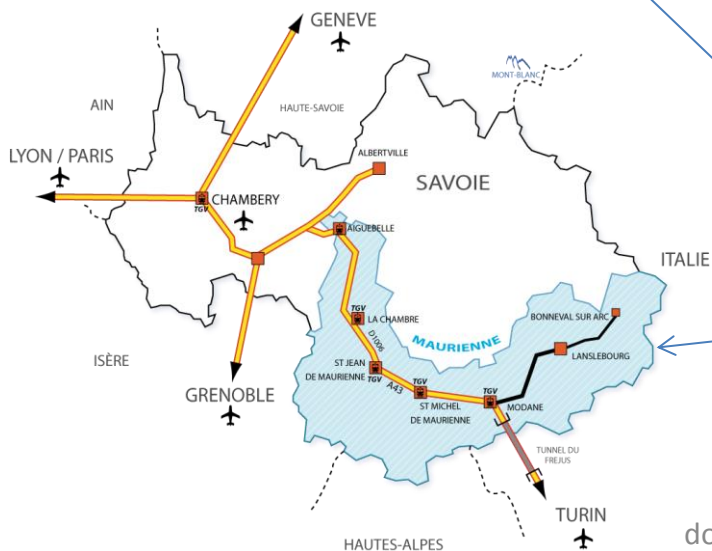


France nombre d'Habitants : 66,6 millions

Auvergne Rhône Alpes
nombre d'Habitants : 7,7 millions
(11,6 % de la France)

Savoie
nombre d'Habitants : 423 715
(5,5% de la région AuvRA)

Maurienne
nombre d'Habitants : 43 968
(10,3% de la Savoie)

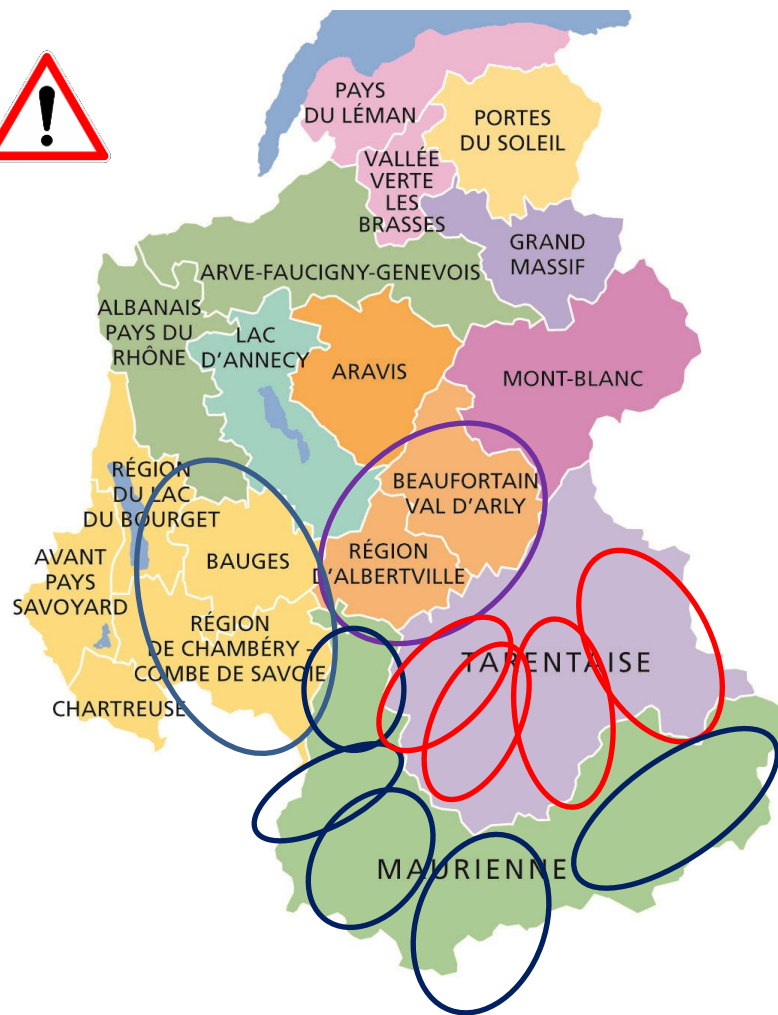


Poids des intercommunalités à potentiel touristique à proximité

Communauté d'agglomération de Chambéry élargie aux secteurs d'Aix les Bains, les Bauges et Cœur de Savoie soit : **231845 habitants soit 55% de la Savoie** soit 3% de la région Auvergne Rhône Alpes

Communauté de communes du secteur d'Albertville, Beaufortain et Val d'Arly soit : **52725 habitants soit 12,4% de la Savoie** et 0,7% de la région Auvergne Rhône Alpes

En Tarentaise, les CC les plus proches de la Maurienne représentent **10,4 % de la Savoie** : Haute Tarentaise (16911 h), Val Vanoise (9718 h), Cœur de Tarentaise (10205 h) et Aigueblanche (7226 h)



Poids de la Maurienne et des CC (nombre d'habitants)

Chiffres clés :

Maurienne = **43968 habitants**

soit 10% de la Savoie / 4% de Savoie Mont Blanc / 0,6% de la région Auvergne Rhône Alpes.

Les **5 communautés de communes** de Maurienne représentent à l'échelle Auvergne Rhône Alpes :

CCPM : 6922

(1,6% de la Savoie et 0,09% de AuvRA)

CCCC : 7510

(1,7% de la Savoie et 0,10% de AuvRA)

CCCM + CCA : (13028 + 2780)

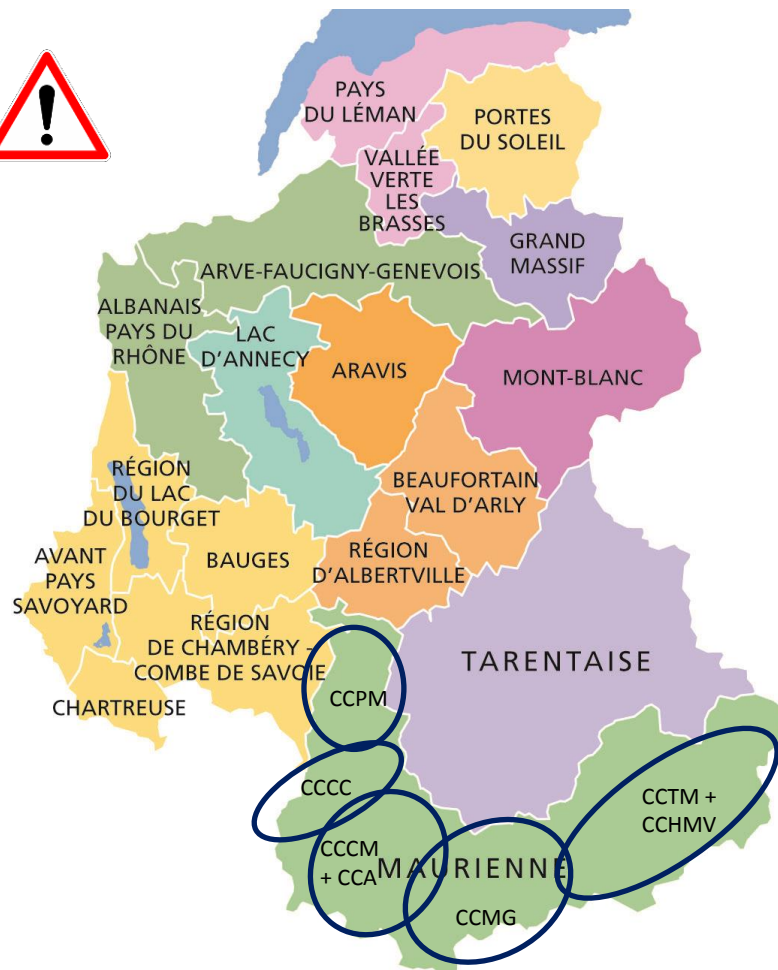
(2,4% de la Savoie et 0,20% de AuvRA)

CCMG : 5864

(1,4% de la Savoie et 0,07% de AuvRA)

CCTM + CCHMV : (6343 + 2781)

(2,1 % de la Savoie et 0,11% de AuvRA)



Poids de la Maurienne au niveau des retombées économiques hiver

Savoie Mont Blanc
5,8 milliards d'Euros

Dont

Savoie
3,9 milliards d'Euros

Dont

Maurienne
400 millions d'Euros



Remontées
mécaniques
100 M€

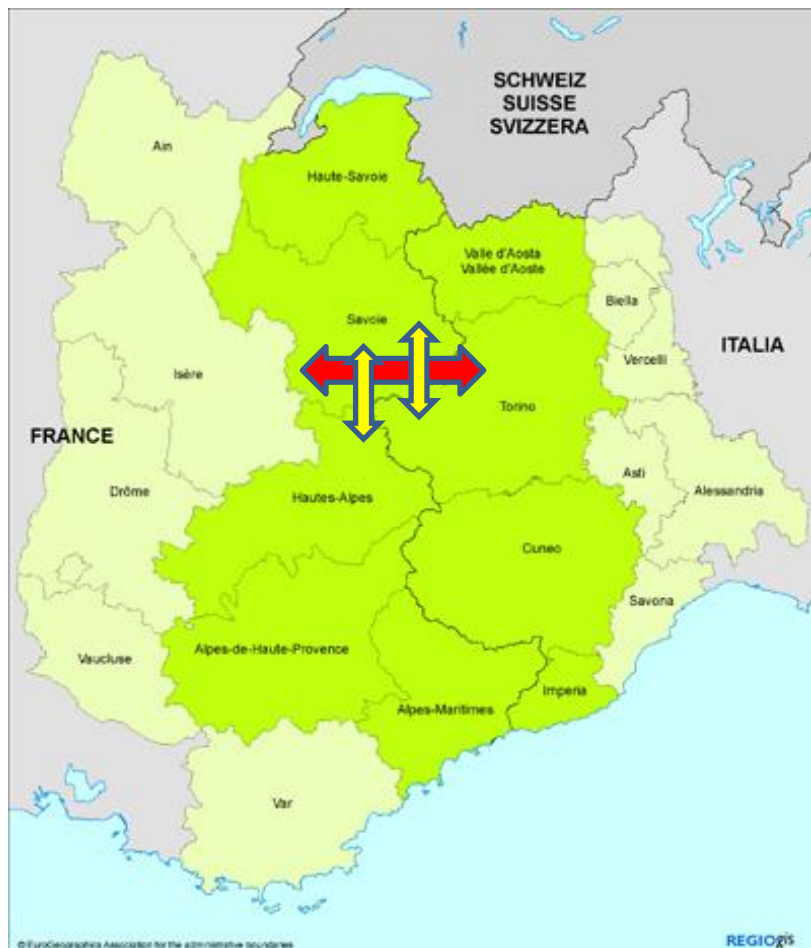
Autres
prestataires
300 M€



dont

Soit une part de
10,25% de la Savoie
et *6,90% de Savoie*
Mont Blanc



La Maurienne comme carrefour stratégique



La Maurienne est un carrefour d'échanges de biens et de personnes d'Ouest en Est (vice versa)  et de Nord Sud (vice versa) 

Ces échanges peuvent être :
touristiques,
commerciaux,
professionnels

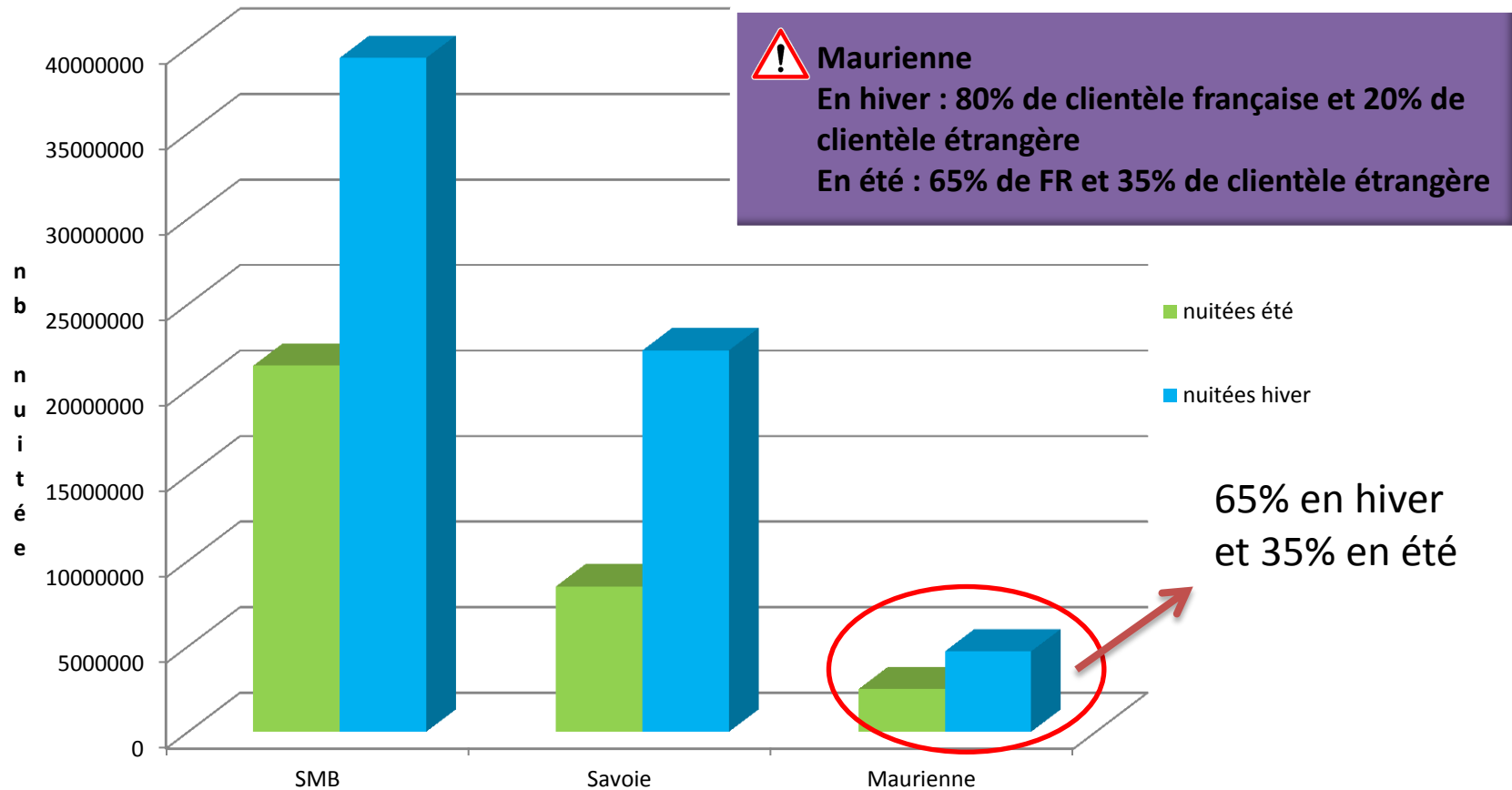
L'hiver l'axe principal est la liaison d'Ouest en Est et l'été les liaisons Nord-Sud s'ajoutent via les cols

La Maurienne compte 120 km de long [retour](#)

Nombre de nuitées en hiver et en été



Nombre de nuitées sur l'année (été hiver)



La Maurienne pour résumer

- Peu d'habitant donc peu de représentation ⚠️
- Un poids économique moindre par rapport à certains territoires proches ⚠️
- Un territoire vaste et donc des distances entre les différents sites parfois longues ⚠️
- Une industrie qui décline peu à peu ⚠️
- Un tourisme qui se maintient pour l'instant ⚠️ 😊
- Des atouts : environnement préservé, des stations à taille humaine, un accès facilité, 35% du patrimoine bâti de la Savoie, une variété culturelle et paysagère, des traditions encore présentes ... 😊

Les « atouts touristiques Maurienne » dans SMB 😊

Les spécificités du territoire Maurienne **au sein de Savoie Mont Blanc ?**

- Le **vélo** 😊: route / VTT / VAE (une **marque**/un réseau)
- Les **grands cols mythiques** 😊: pour le vélo, pour la rando et pour l'**itinérance** (notoriété) 😊
- La **variété de l'offre des stations en hiver** 😊
(diversification et « à taille humaine » 😊)
- Des **sites phares (ou thèmes)** naturels et culturels 😊
(paysages/arts religieux / bâtis/agriculture/arts vivants/industrie ...) à valoriser

Quelles actions à échelle Maurienne ?

Développer le vélo ?

- **Partenariat FFC** (9 stages par an) / accueils presse (entre 60 et 70 jours par an pour accueillir des journalistes)
- Poursuite du développement du **réseau accueil cyclo Maurienne (70 membres à ce jour)**
- Développer des **produits d'itinérance à vélo** : « route », VTT, VAE.
- **Mettre en tourisme l'itinéraire cyclable** de fond de vallée, les cols et certains parcours
- **Développer des services de qualité liés aux cyclistes** (formation et sensibilisation parler plusieurs langues, bagages, transferts ...)

Développer l'itinérance ?

- **Développer des produits d'itinérance** à vélo, à pied, en véhicule motorisé, à ski, en raquettes en valorisant notamment les stations, les grands cols et les sites phares de Maurienne
- **Valoriser les activités, le patrimoine et les savoir faire locaux** et faciliter leurs accès (M-card)
- Développer également **des outils qui facilitent l'itinérance** (ex : [outil géotrek](#))
- **Développer une image de territoire** préservé, varié avec offre décalée
- **Conforter la mise en réseau des acteurs** (visites régulières) et **représenter le réseau sur des manifestations - label qualité d'accueil**
- **Tracer le client** et effectuer des campagnes de push (M-Card)
- **Intégrer des produits plus larges** (France Montagnes, Route des Grandes Alpes, GR5, Via Francigena ...)

Quelles actions à échelle Maurienne ?

Valoriser des sites phares et/ou des thèmes?

- Mettre en exergue à travers des visuels certains sites naturels ou culturels
- Développer des itinéraires de découverte et valoriser ceux qui existent déjà
- Faciliter l'accès et l'infos concernant ces différents « spots »
- Valoriser les grands cols mythiques
- Communiquer de manière décalée

Avoir une approche numérique du territoire et communiquer en décalé ?

- Poursuivre le développement du portail Maurienne www.maurienne-tourisme.com
- Développer également des outils qui facilitent l'itinérance (ex : [outil géotrek](#))
- Valoriser à travers les réseaux sociaux l'image d'un territoire encore préservé et varié (ex : communauté via Instagram)
- Donner de l'info en temps réel aux clients et aux habitants locaux (Nü live)
- Avoir une approche ludique de certains thèmes (applications spécifiques, réalité augmentée ...)
- Développer un outil qui facilite l'accès aux activités pour le client M-Card
- Développer la GRC avant / Pendant / après le séjour

Quelles seraient les actions à mutualiser ?

- Valoriser les sites phares de Maurienne
- Communiquer à travers les grands cols mythiques
- Travailler sur le vélo (développement, événements, promotion)
- Construire une offre globale hiver qui valorise les spécificités de chaque stations/domaines de Maurienne ([groupe de travail hiver](#))
- Mettre en oeuvre des communautés connectées d'acteurs de Maurienne via les outils numériques (communication interne)
- Travailler sur l'intermodalité des transports et valoriser des modes de déplacements doux (informer le client)
- Concevoir des produits différenciateurs qui valorisent le patrimoine local en pratiquant une activité

Conclusion

Toutes ces actions nécessitent :

La **mobilisation des acteurs** publics et/ou privés et leur mise en réseau (ex : tourisme/industrie/recherche/agriculture)

De la ressource humaine pour coordonner les actions, vérifier sur le terrain, accueillir les médias ou TO ...

Le maintien de **moyens financiers mutualisés** Maurienne

Des **actions de communication interne au territoire** pour sensibiliser les populations et **constituer une communauté** de « connectés »

OBJECTIF :

développer l'attractivité globale du territoire

afin d'être présent dans l'offre de SMB

mais également à travers d'autres canaux de diffusion

Réorganisation territoriale

loi NOTRe : Des questions concrètes à soulever ?

Soit les structures « vallée » disparaissent, qui s'occupe de ces axes transversaux Maurienne ?

Soit il y a fusion des structures « vallée » en une seule : SPM alors statut public et remise en question de la réactivité (lourdeur administrative et non prise en compte des privés)

Soit le SPM poursuit des actions de services publics et Maurienne Expansion et Maurienne Tourisme fusionnent pour créer un pôle économique commun (réactivité, intégration de privés)

Réorganisation territoriale

A quelle(s) échelle(s) l'action touristique doit s'effectuer ?

Peut-on envisager de mutualiser certains fonds pour plus de visibilité (ex: vélo, événements ...)?

Organisation de travail entre les intercos et l'échelle vallée au niveau du tourisme ?

Débat ouvert et réponses à envisager pour début octobre 2016 date à laquelle les CC doivent délibérer sur leurs nouvelles compétences

Merci pour votre attention

ANNEXE DEMARCHE HIVER

Objectif

Développement de l'attractivité Maurienne en hiver

Présentation de la démarche



- Présentation d'un plan d'actions sur 3 ans et validation
- Définition des priorités

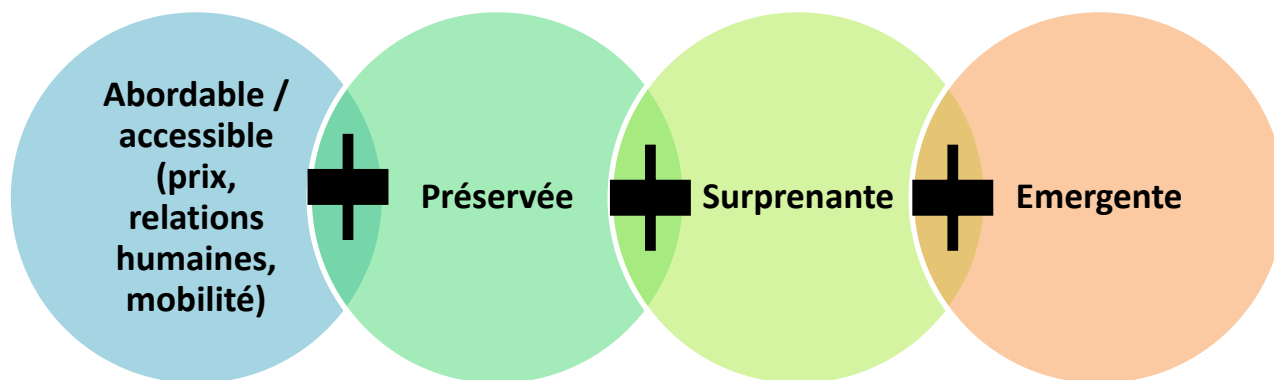


FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Authenticité – territoire préservé • Qualité de vie • Accès « facile » via l’autoroute / train • Harmonie / nature / paysages • Diversité activités • Qualité de l’offre ski • Rapport qualité/prix • Situation transfrontalière • Appartenance à la Savoie /Alpes du Nord • Notoriété du Parc National de la Vanoise • Accessibilité aux panoramas quel que soit le niveau de ski 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de lien entre stations et fond de vallée • Manque de notoriété • (L’image grise-triste du fond de vallée) • Liaisons aéroports • « L’ombre de la Tarentaise » • Qualité de l’accueil – manque de services • Langues • Modèles économiques de certaines stations à améliorer • Complexe d’infériorité Mauriennais • Manque de culture client • Gouvernance / organisation
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Territoire méconnu donc à découvrir • Structuration réseau de mobilité • Développement Durable • Valorisation du patrimoine / traditions • Fibre optique en fond de vallée • Lyon – Turin (desserte) • Changement comportements clientèles (uberisation / économie collaborative) 	<ul style="list-style-type: none"> • L’image low cost • Gestion de crise (déplacements) • « santé financière » des clientèles • Retard par rapport aux autres (se remettre à niveau à défaut d’innover) • Changement climatique • Manque de remise en cause • Hébergements : Lits froids / homogénéisation / fin de baux • Concurrence étrangère (Pays de l’Est, Suisse, Autriche..)

Ce qui nous différencie des autres



LA MAURIENNE EST :





Maurienne
SAVOIE

Positionnement

(éléments-clés choisis par une marque afin de se différencier de ses concurrentes dans l'esprit des consommateurs)

« Surprendre par un territoire confidentiel, simple, et accessible, dans un cadre préservé. »

Mission / état d'esprit

*(Comment on incarne notre positionnement ?
Quelle sera notre philosophie de travail?)*

**Soyons
fiers de
faire
découvrir -
dévoiler**

**Disons-le !
Haut et fort**

**Construisons /
travaillons
ensemble**

**Transmettons (un
projet
ensemble)**

dévoiler nos territoires et nos valeurs. »



Maurienne
SAVOIE

Vous serez
surpris par ce
que cache la
Maurienne

Rêvons ensemble !



Concept