



HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

Maintenir le niveau de commercialisation des lits

COFIL des contrats CDDRA et CTS

25 novembre 2015

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
Maintenir le niveau de commercialisation des lits

RAPPEL DES ENJEUX

RAPPEL DES ENJEUX

- un poids lourd dans la vallée, le tourisme !
- les risques à court terme
- « *J'ai essayé cela, ça n'a pas marché...* »

TOUS EN PISTES !

- des pistes d'actions Maurienne et Terra Modana
- éviter les doublons, coordonner les échelles
- quels acteurs ? Quels financements ?



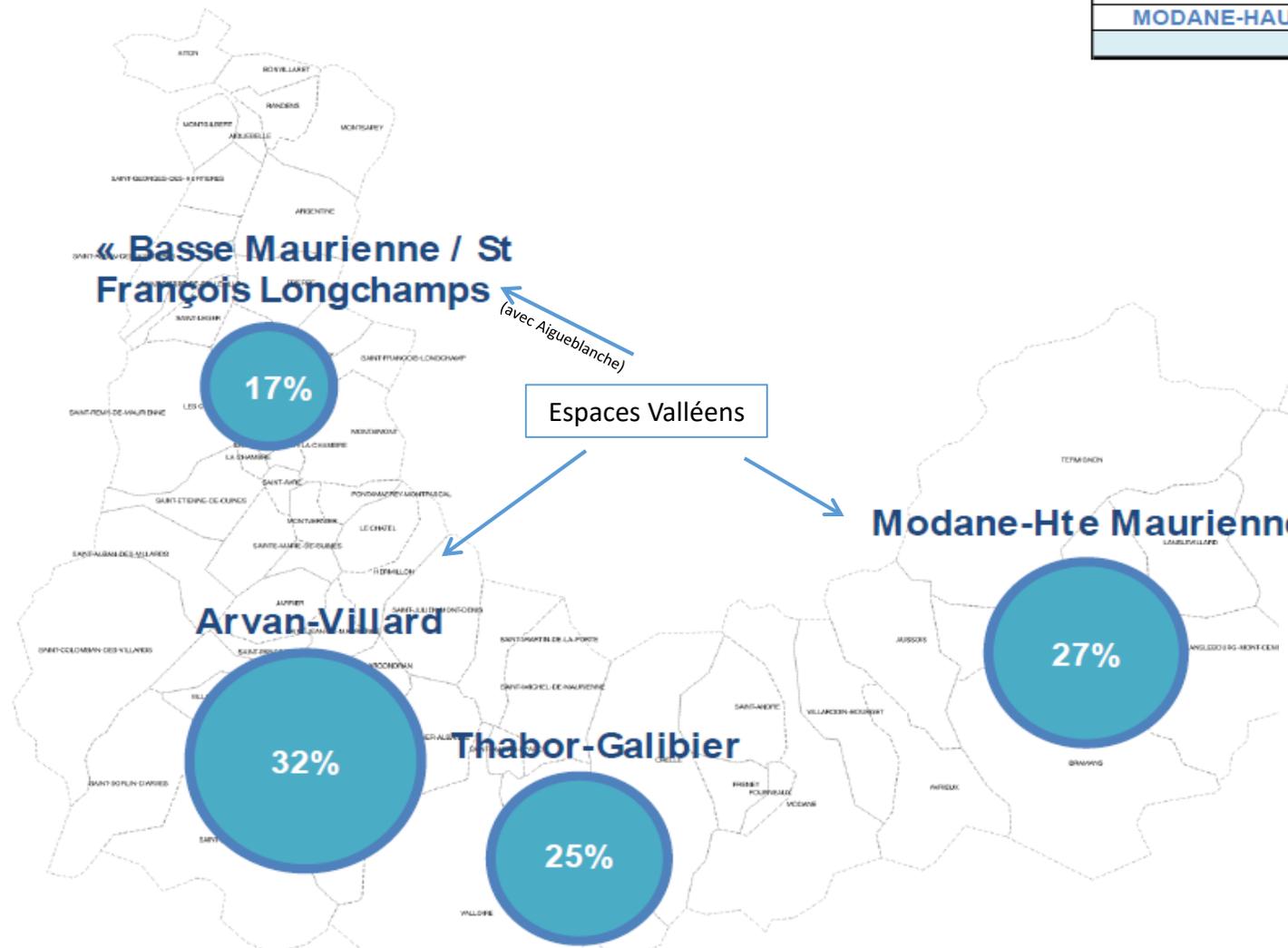
Le poids économique du tourisme en Maurienne :

Une répartition homogène de l'économie touristique sur le territoire, par grandes « destinations »

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES : Maintenir le niveau de commercialisation des lits

LE CHIFFRE D'AFFAIRES

SECTEURS	%
B.MAURIENNE / SFL	17%
ARVAN-VILLARD	32%
THABOR-GALIBIER	25%
MODANE-HAUT-MAURIENNE	27%
	100%



TOURISME

400 M€ CA en 2013 dont :

- Hébergements = 213 M€
- Restauration / commerces = 73 M€
- DS = 92 M€

3650 emplois directs

Tourisme : +18% du nombre d'emplois en 6 ans

- Services : +5%
- Commerces : -1%
- BTP : -13%
- Industrie (3000 emplois directs) : -21%

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
Maintenir le niveau de commercialisation des lits

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



CONSTRUCTION DE LITS



AUGMENTATION JOURNÉES SKIEURS



permet l'INVESTISSEMENT DANS LES DOMAINES SKIABLES

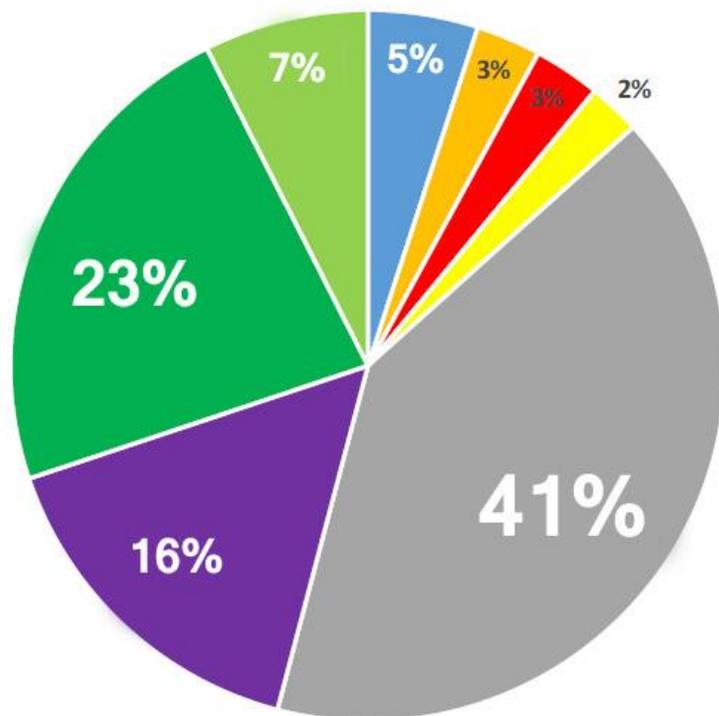
Augmentation de l'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE en stations...



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

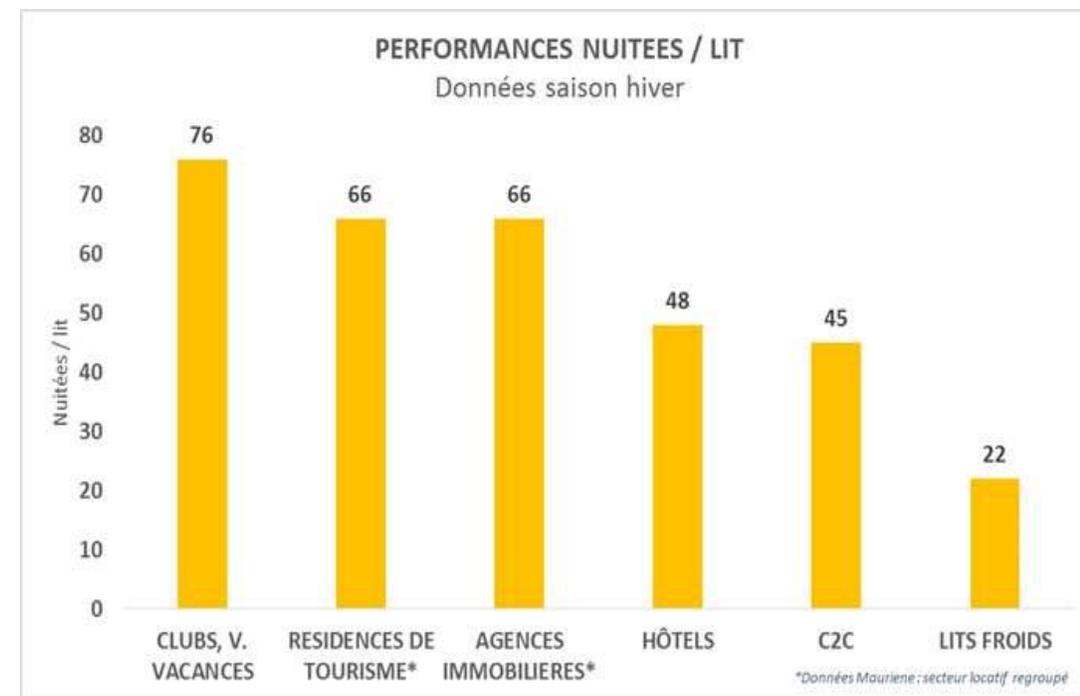
L'hébergement est le socle de l'économie touristique des stations de Maurienne.

REPARTITION DES LITS TOURISTIQUES EN 2014



- LITS NON MARCHANDS
- RESIDENCE DE TOURISME
- LOUEURS PARTICULIERS : C2C - GITES - CHAMBRES D'HOTES
- VILLAGE VACANCES
- AGENCE IMMOBILIERE
- CAMPING
- CENTRALE DE RESERVATION
- HOTEL

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



Une économie touristique en mutation et confrontée à de nombreux enjeux...

... internes et externes,

... à court ou moyen terme...

Evolution des clientèles (fréquence, type de consommation, niveau de ressources...)

Concurrence nationale et internationale

Contexte de changement climatique

Exploitation et commercialisation des lits touristiques

Investissements en Maurienne liés à la puissance publique... dont les capacités diminuent...

Maintenant :

→ **Maintenir le niveau de commercialisation des lits pour préserver le niveau d'activité de l'économie touristique du territoire**

Et très vite :

→ **S'appuyer sur les retombées financières pour anticiper, se diversifier, s'adapter par de nouveaux modèles**

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:

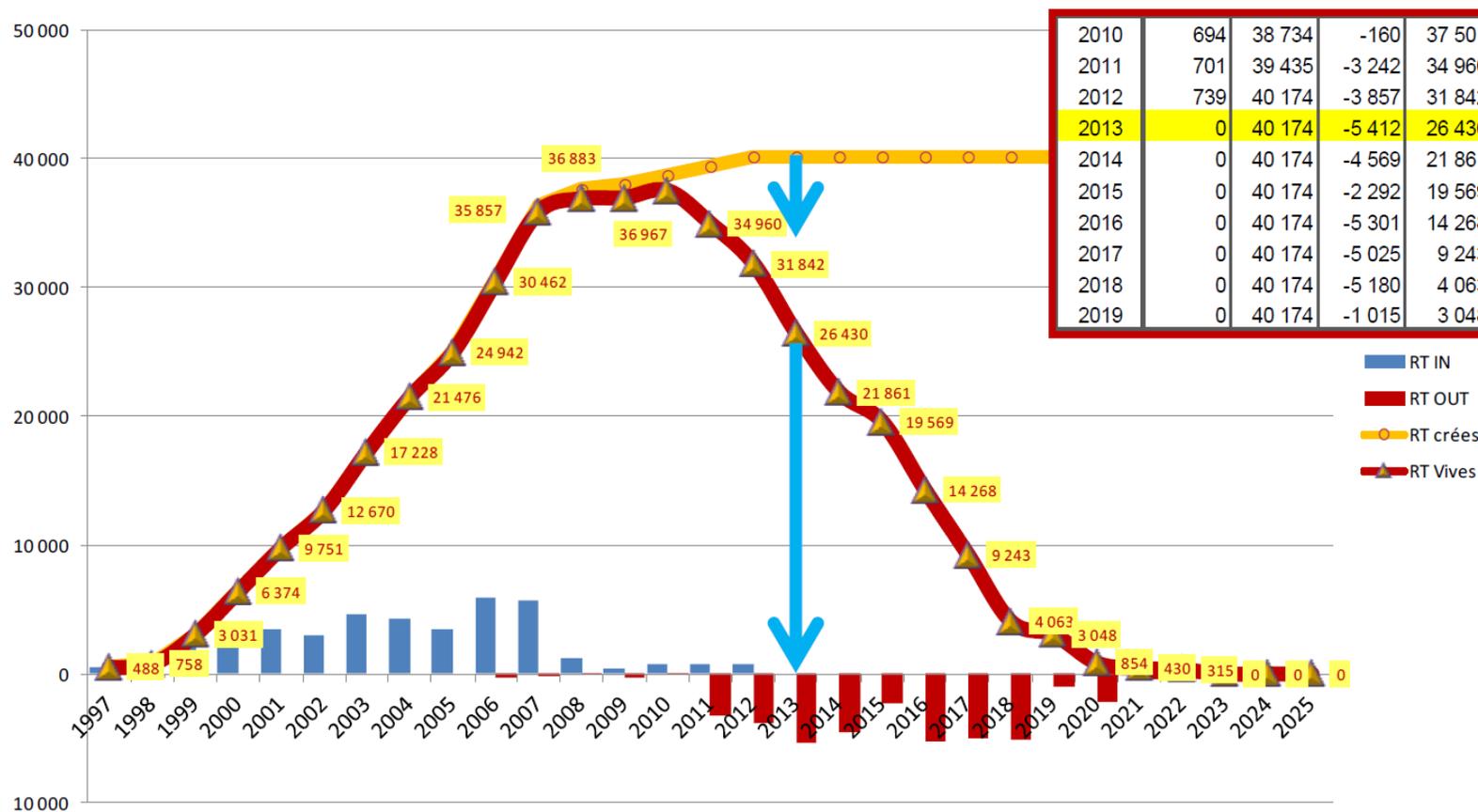
au terme de 9 à 11 années de gestion à bail, les biens exploités dans le cadre du statut de la RT peuvent sortir de la commercialisation touristique:

=> 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 « *pilote automatique* »...



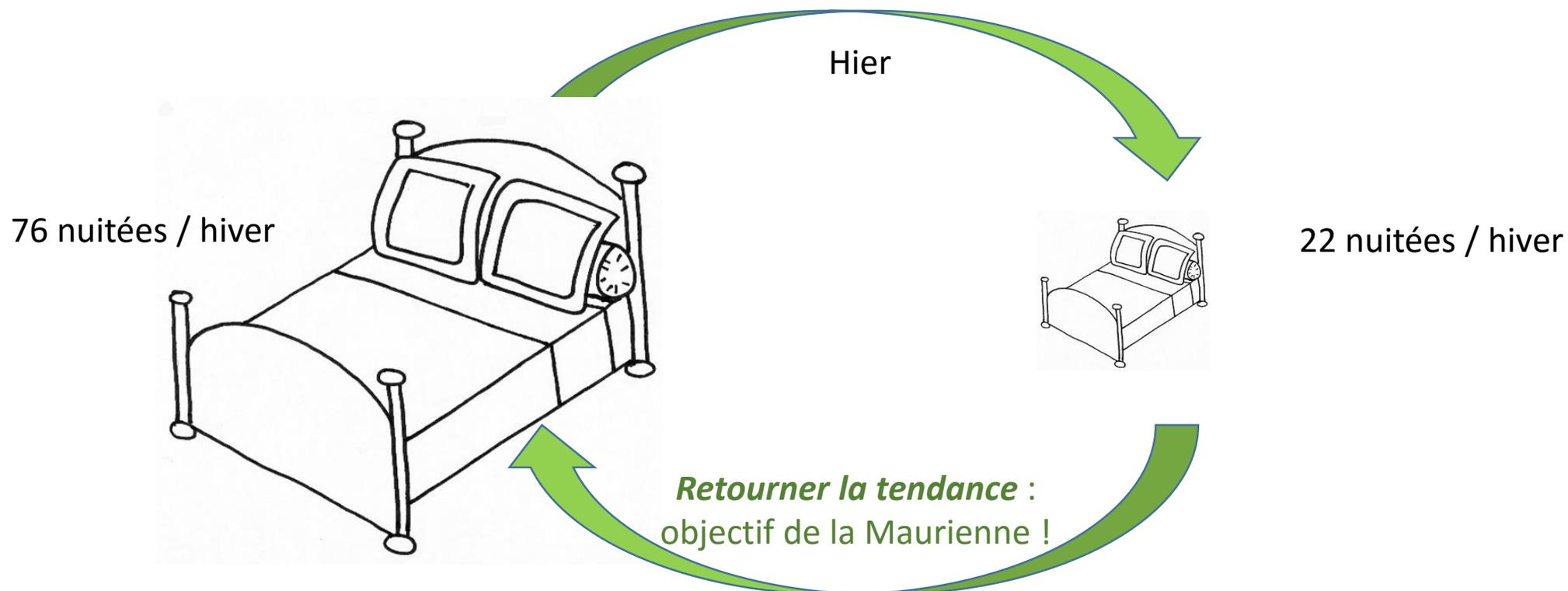
**Une prise de conscience
complète est donc
URGENTE**

**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



HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
Maintenir le niveau de commercialisation des lits

QUELLES PISTES D' ACTIONS ?

CE QUI A DÉJÀ ÉTÉ TENTÉ

Stations	ORIL	OPAH	Label rénovation	Espace propriétaire	Programme propriétaires	Centrales de résa	Label qualité	Accord partenariat	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'Illezie -Champéry (CH)											
Val d'Isère							X				
Val Thorens											
Valloire											
Valmorel											
Villard de Lans					x	X					
Peisey Vallandry					x	X					
SIVOM Tarentaise											x

- **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/connaittent 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

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
Maintenir le niveau de commercialisation des lits

PISTES D'ACTION IDENTIFIEES PAR LE DIAGNOSTIC SCOT

PRINCIPE TRANSVERAL N°2 : ETRE EN CAPACITE DE FEDERER TOUS LES ACTEURS

La notion de collectif est fondamentale, ce pour plusieurs raisons :

- Le tourisme touche l'ensemble des secteurs de la vallée. Il y a une nécessaire prise de conscience à avoir de la part de tous les acteurs (commerces, hébergeurs, propriétaires, collectivités...) **tous les acteurs économiques doivent être conscients et impliqués dans la redéfinition du modèle économique.**
- **Face à la baisse des moyens** (publics mais pas que...) **il y a une nécessaire mutualisation des ressources** qui sera un enjeu majeur et incontournable.
- Du point de vue d'un des opérateurs nationaux il y a une « **carte à jouer sur la Maurienne de travailler à l'échelle de plusieurs stations. La tarentaise peut se permettre de jouer « individuel station » car les stations ont une taille critique suffisante et des moyens que n'a pas la Maurienne. Les pistes de travail / différenciation pourrait être l'alliance de gros DS + une montagne authentique. Ce positionnement en commun pourrait être valable l'hiver comme l'été. »**



PRINCIPE TRANSVERAL N°3 : STRUCTURER UNE STRATEGIE DECLINEE EN ACTIONS A MENER SIMULTANEMENT

1. Enrayer la baisse des lits à fort rendement

- a) Accompagner l'**hôtellerie** de vallée vers une commercialisation offensive et multi canal
- b) Soutenir les **villages vacances** dans l'aide à la rénovation mais également dans une démarche commerciale d'accueil des familles, CE et d'accueil des futurs clients mauriennais.

2. Soutenir la présence des opérateurs de résidences de tourisme, socle du modèle économique performant de la Maurienne actuellement.

- a) Entretenir des relations **partenariales** avec les opérateurs présents.
- b) Soutenir les **initiatives de reprise** de baux

3. Prendre à bras le corps le niveau « intermédiaire » de commercialisation des biens afin d'offrir une alternative aux fins de baux et « cadrer » la location de particuliers.

- a) **Accompagner les agences immobilières** dans leur mutation et leur développement.
- b) **Œuvrer avec les centrales de réservation** pour définir un nouveau modèle de commercialisation locale.

4. Cadrer la location de particuliers à particuliers, un pilier de l'économie touristique mauriennaise actuelle en menant une politique « propriétaire » de proximité et de qualité en faveur :

- a) D'une commercialisation tournée vers les **professionnels**.
- b) D'une remise en marché des biens
- c) D'une **requalification** des biens.

5. « Jouer groupé » seule alternative pour répondre aux enjeux d'envergure de demain.

- a) Définir un **cadre économique équilibré entre les niveaux de commercialisation**.
- b) **Mutualiser les moyens** nécessaires à la remise en marché des biens et à la requalification.

Chaque action nécessite de mener une réflexion autour de sa mise en œuvre :

A quelle échelle l'action sera la plus efficace ?

Comment tirer partie de l'expérience des territoires les plus avancés ?

Quelles sont les possibilités de mutualisation (notamment ressources humaines, compétences...)?

Les différentes séances de travail ont mis en exergue quelques principes qui doivent guider cette réflexion :

- **Définir l'échelle de chaque action au cas par cas** (en fonction des réponses aux questions ci-dessus)
- **L'animation du plan d'actions doit être locale** : la connaissance nécessaire à cette animation ne peut être possible que sur un petit périmètre (station, espace valléen au maximum)
- **Les actions de soutien « back office »** (définition des besoins, expertise, lobbying, veille, prospective...) **doivent être mutualisées** à une échelle plus large.
- Chaque action (quel que soit son échelle) doit être évaluée et pouvoir faire l'objet d'un **transfert d'expérience**.

➔ Les espaces valléens peuvent être des **territoires d'expérimentation**



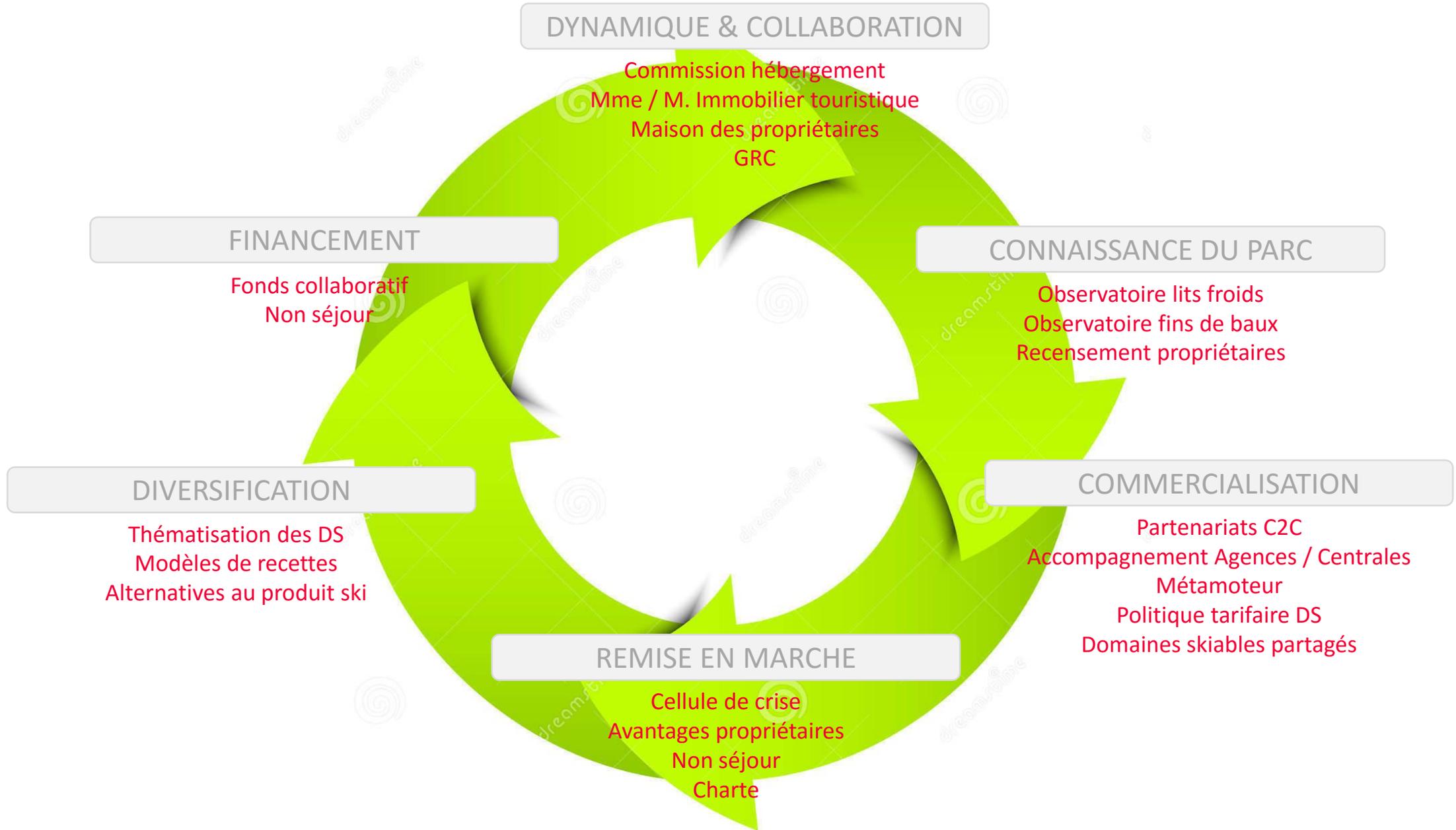
HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
Maintenir le niveau de commercialisation des lits

SYNTHESE OPERATIONNELE

UN PLAN D' ACTIONS TRANSVERSAL



HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
Maintenir le niveau de commercialisation des lits



SYNTHESE PAR FILIERE



HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
 Maintenir le niveau de commercialisation des lits

	PERIMETRE	LANCEMENT	COURT/LONG TERME	CRITICITE	FAISABILITE	FINANCEMENT	COMMENTAIRES FINANCEMENT
				1 non critique à 4 très critique	1 facile à 4 difficile		
RESIDENCES DE TOURISME							
Commission annuelle "Hébergements touristiques"	VALLEE	2015	LONG	4	1	- €	
Lobbying auprès du SNRT	VALLEE	2016	LONG	2	3	- €	
Lobbying local	SITE	2015	COURT	4	2	- €	
Observatoire des fins de baux	VALLEE	2016	LONG	4	2	5 000 €	Frais lancement + suivi
HOTELS							
Commission annuelle "Hébergements touristiques"	VALLEE	2015	LONG	4	1	- €	
Identification des besoins	SITE & VALLEE	2016	COURT	3	1	2 000 €	Accompagnement
Incitation à une fédération des hôteliers	VALLEE	2016	LONG	2	4	- €	
CENTRE DE VACANCES							
Commission annuelle "Hébergements touristiques"	VALLEE	2015	LONG	4	1	- €	
Identification des besoins	SITE & VALLEE	2016	COURT	3	1	2 000 €	Accompagnement
Relais vers les moyens dédiés existants	VALLEE	2016	COURT	3	1	- €	
AGENCES IMMOBILIERES & CENTRALES DE RESERVATION							
Commission annuelle "Hébergements touristiques"	VALLEE	2015	LONG	4	1	- €	
Fédération des agences et cenrales de réservation	VALLEE	2016	COURT	2	4	- €	
Accompagnement à la commercialisation	SITE & VALLEE	2015	LONG	4	3	30 000 €	Ingénierie
Généralisation des conciergeries	SITE	2016	COURT	2	3	10 000 €	Animation et recherche de partenaires
Recensement des propriétaires individuels	SITE & VALLEE	2016	LONG	4	4	20 000 €	Récupération et animation des fichiers
PROPRIETAIRES							
Commission annuelle "Hébergements touristiques"	VALLEE	2015	LONG	4	1	- €	
Création d'un poste "Mme / M. Immobilier"	VALLEE & SITE	2016	LONG	4	3	25 000 €	
Création de la maison des propriétaires de Maurienne	VALLEE & SITE	2016	LONG	3	3	30 000 €	Outils de communication et fonctionnement
Mission juridique et fiscale	VALLEE	2016	PONCTUEL	4	2	10 000 €	Ingénierie
Définition d'une politique des avantages propriétaires	SITE & VALLEE	2016	LONG	4	2	5 000 €	Ingénierie
Contribution des propriétaires au "non séjour"	VALLEE	2017	LONG	3	2	20 000 €	Ingénierie + communication
Observatoire des lits froids	SITE & VALLEE	2017	LONG	2	2	5 000 €	Accompagnement

	PERIMETRE	LANCEMENT	COURT / LONG TERME	CRITICITE	FAISABILITE	FINANCEMENT	COMMENTAIRES FINANCEMENT
CENTRALES DE RESERVATION & OFFICES DE TOURISME							
Méta moteur	VALLEE & SITE	2017	LONG	2	2	30 000 €	Création web
Charte qualité	VALLEE & SITE	2018	LONG	1	2	15 000 €	Ingénierie + communication
Partenariats avec les opérateurs de C2C	VALLEE	2016	COURT	4	3	10 000 €	Accompagnement
Outil de GRC	SITE & VALLEE	2017	LONG	4	3	100 000 €	
GESTIONNAIRES DE REMONTEES MECANIQUES							
Complémentarité des positionnements	VALLEE	2018	LONG	4	3	10 000 €	Accompagnement
Accompagnement sur les politiques tarifaires & modèles de recettes	SITE	2016	COURT	3	2	30 000 €	Accompagnement
Soutien à la thématisation des domaines	SITE	2016	COURT	2	2	20 000 €	Accompagnement
Soutien à une VERITABLE DIVERSIFICATION	SITE	2016	LONG	4	4	50 000 €	Ingénierie + communication
COLLECTIVITES							
Dynamique valléenne sur l'enjeu d'hébergement	VALLEE & SITE	2015	LONG	4	1	- €	
Lobbying sur la mobilité	VALLEE	2016	LONG	2	4	- €	
SOCIO PROFESSIONNELS							
Mise en place du fonds commun collaboratif	VALLEE	2018	LONG	2	4	50 000 €	

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
Maintenir le niveau de commercialisation des lits

PISTES D'ACTION IDENTIFIEES PAR TERRA MODANA

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

1 FORUM COLLECTIF

3 COMITES TECHNIQUES

Groupement des accompagnateurs de la démarche :



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

3 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...
qu'il ne faut pas oublier !

DES PASSERELLES QUI SE DEGAGENT... REGROUPEES PAR GRANDS OBJECTIFS

GESTIONNAIRES

PROPRIETAIRES

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

- | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| → Structurer une information auprès des élus portant sur le modèle économique des stations | ↔ | → Informer sur l'équilibre économique d'une station de montagne |
| → Réfléchir aux taxes locales avec les élus (taxes de séjour...) | ↔ | → Harmoniser les taxes de séjours |
| → Imaginer des avantages incitatifs nouveaux | | |
| → Mettre en place une cellule « veille / anticipation » | ↔ | → Disposer de données prospectives |
| → Mutualiser les connaissances et les expériences | | |
| → Mettre en place un observatoire des propriétaires | ↔ | → Réfléchir et agir à l'échelle des 3 stations (Terra Modana)
→ Mutualiser les forces (événements, domaines skiabiles...)
→ Travailler sur les flux dans les stations et entre les stations (toute l'année) |

OBJECTIF 2 : ACCOMPAGNER LES PROPRIETAIRES EN RESIDENCES DE TOURISME

- | | | |
|---------------------------------------------------------------|---|----------------------------------------------------------------------|
| → Formaliser les échanges avec les opérateurs | | → Activer les relations Semi professionnels / Grands hébergeurs (RT) |
| → Produire un livret propriétaire en RT (+ portail ?) | ↔ | |
| → <i>Mettre en place un observatoire des baux par station</i> | | → Informer les propriétaires en RT de l'intérêt de la formule |

DES PASSERELLES QUI SE DEGAGENT... REGROUPEES PAR GRANDS OBJECTIFS

GESTIONNAIRES

PROPRIETAIRES

OBJECTIF 3 : OFFRIR UN SERVICE DE QUALITE AUX PROPRIETAIRES LOUEURS

- Développer un service de qualité hors RT
- Partager un appui technique « expert »



- Rénovation : Informer sur l'évolution des tendances, des nouvelles attentes
- Rénovation : Proposer un accompagnement complet et rassurant sur la rénovation et le suivi de chantier
- Commercialisation : proposer un service complet et de qualité qui ne coûte rien (Si les propriétaires ne louent pas, c'est qu'ils n'ont pas un besoin économique de le faire)
- Commercialisation : assurer un suivi et une formation sur la fiscalité (à l'image des formations Gîtes de France)

- Etablir un échange avec les associations de propriétaires
- Participer activement aux copropriétés



- Activer les relations entre les professionnels / Centrales de réservation

OBJECTIF 4 : FAIRE DES SEMI PROFESSIONNELS DES AMBASSADEURS

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



- Disposer de données prospectives sur le tourisme, le territoire, l'immobilier, les aménagements, le changement climatique...

SYNTHÈSES 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

4 PACKS ACTIONS... Un plan d'actions, des pilotes, un premier chiffrage...

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
Maintenir le niveau de commercialisation des lits

	Pilote	ETP	€
OBJECTIF 1 : DEFINIR, PARTAGER ET PILOTER UNE STRATEGIE DE TERRITOIRE			
Partager l'appel du 12 juin	CCTM	0,15	5 000
Mettre en place et animer des outils « veille et prospective » analysant le tourisme et les propriétaires	CCTM	0,25	1 000
Structurer une information aux élus portant sur le modèle économique des stations	CCTM	Accompagnement	24 000
Travailler sur les taxes locales dans leur ensemble	CCTM	Accompagnement	15 000
Développer des outils favorisant les propriétaires	Stations	Accompagnement	Intégré
OBJECTIF 2 : ACCOMPAGNER LES PROPRIETAIRES EN RESIDENCES DE TOURISME			
Echanger régulièrement et de manière personnalisée avec les grands hébergeurs	Stations		RAS
Rédiger et diffuser une note stratégique à l'échelle de la station	Stations	0,15	RAS
Rédiger et diffuser un guide à destination des propriétaires en résidences de tourisme	Stations	0,15	7 500
OBJECTIF 3 : OFFRIR UN SERVICE DE QUALITE AUX PROPRIETAIRES LOUEURS			
Créer une plateforme propriétaire	CCTM		7 500
Développer une GRC Propriétaire (Animation)	Stations	0,3	50 000
Développer une GRC Clients	Stations	0,5	100 000
OBJECTIF 4 : FAIRE DES SEMI PROFESSIONNELS DES AMBASSADEURS			
Identifier les propriétaires semi professionnels	Centrales	0,3	RAS
Investir les propriétaires semi professionnels dans les événements et formations de la plateforme	Centrales	0,3	RAS
Informers les propriétaires semi professionnels de la stratégie territoriale	Centrales	Accompagnement	11 000

AUJOURD'HUI, ACTIONS VENTILEES DANS L'ENSEMBLE DU CONTRAT
ESPACE VALLEEN (avec HMV) 2015 - 2020

POUR UNE ACTION RAPIDE ET EFFICACE EN MAURIENNE

- une articulation d'échelle nécessaire
- ce qui peut être mutualisé
- éviter les doublons

PRINCIPES TRANSVERSAUX :

Préalables et nécessaires pour l'optimisation de toute action visant cet objectif

- État des lieux / diagnostic du parc immobilier de loisirs (meublés par meublés)
- Fédération des acteurs du territoire / de la station autour de ces questions
- Structuration d'une stratégie cohérente, définition des moyens nécessaires à sa mise en œuvre

Puis action par action

Cf. tableau répartition des actions / échelle d'intervention ou porteur / financement

Bon à savoir !

Les Espaces valléens sont en train de finaliser leur plan d'action 2015 – 2020, pour un dépôt **avant le 31 décembre**.

Les Espaces valléens de Maurienne sont :

- Haute Maurienne Vanoise / Terra Modana (fusion)
- Arvan Villard
- Saint François Longchamp (Espace valléen d'Aigueblanche, en Tarentaise)

Sources de financement potentielles:

Pour les Espaces valléens : l'immobilier de loisirs est l'un des 4 axes de financements prioritaires pour la Région.

Pour la Maurienne, les sources de financement sont :

- ✓ Volet tourisme départemental du CTS
- ✓ Volet tourisme régional du CDDRA
- ✓ Appels à projets

Une gouvernance en mutation

Loi Notre :

Art 21 : organisation locale du Tourisme
La compétence tourisme devient bien communautaire au 1^{er} janvier 2017.

SDCI :

Quel périmètre interco ?



ACTIONS	ECHELLE LOCALE		Précisions...	COMMENT AGIR SUR LES AUTRES SITES OU A L'ECHELLE VALLEE	
Commission hébergements				Animation des élus et acteurs autour de cette réflexion	
Soutien à l'hôtellerie	Etat des lieux et diagnostic des besoins		<i>HMV - TM : Appel à projet local Financement Espace valléen</i>	Incitation à la fédération	
	Accompagnement individuel mise en œuvre projet		<i>HMV - TM : Appel à projet local Financement Espace valléen</i>	Transfert d'expérience / mutualisation expertise	
Soutien aux centres de vacances et villages vacances	Etat des lieux et diagnostic des besoins		<i>HMV - TM : Appel à projet local Financement Espace valléen</i>	Incitation à la fédération	
	Accompagnement individuel mise en œuvre projet		<i>HMV - TM : Appel à projet local Financement Espace valléen</i>	Transfert d'expérience / mutualisation expertise	
Agences immobilières et centrales de réservation	Animation		<i>Par le chargé de mission local, en lien avec les stations</i>	Incitation à la fédération, groupe de travail en commun, ingénierie pour les agences	
	Accompagnement à la commercialisation Généralisation des conciergeries		<i>Par le chargé de mission local, en lien avec les stations</i>	Transfert d'expérience / mutualisation expertise	
Résidences de tourisme				Lobbying auprès du SNRT	
				Lobbying local	<i>Construction d'une relation de partenariat, basée sur la confiance</i>
	Observatoire des fins de baux		<i>Nécessité d'une connaissance appart. par appart. A coupler avec Obs. des propriétaires. Portage Espace Valléen</i>	Compilation des données pour une vision "Maurienne"	<i>Tout l'intérêt est de le faire vivre dans les années à venir</i>
	Diffuser un guide à destination des propriétaires en résidence de tourisme		<i>Objectif : minimiser au maximum la sortie de baux</i>	Transfert d'expérience / mutualisation expertise	
				Cellule de crise encas de faillite d'une RT	<i>Objectif : identifier avec les acteurs locaux les scénarios de remise en marché / anticiper les réponses à apporter aux propriétaires</i>
Mise en œuvre de la politique propriétaires	Observatoire des propriétaires		<i>Connaissance parfaite de l'ensemble des propriétaires de la destination Portage : Espace Valléen (inséré dans l'obs. du tourisme)</i>	Compilation des données pour une vision "Maurienne", accompagnement des acteurs locaux dans ce travail de proximité	
	Définition d'une Gestion Relation Propriétaire		<i>Sur la base d'une connaissance parfaite des propriétaires, se doter des outils nécessaires à l'animation des propriétaires de la destination</i>	Transfert d'expérience / mutualisation expertise	
	Création d'une maison des propriétaires, animée par un "M. Propriétaire"		<i>Lieu unique identifié permettant de répondre à l'ensemble des besoins des propriétaires (suivi de chantier, conseils fiscaux et réglementaires...)</i>	Mutualisation de l'expertise juridique, financière nécessaire aux Maisons des propriétaires	
	Embauche d'un "M. Propriétaire"		<i>Référent unique sur la destination, animateur de la politique propriétaire et responsable de la Maison des propriétaires</i>	Multiplication des « M. Propriétaire » par site ?	
	Définition d'une politique d'avantages propriétaires		<i>Animation des acteurs et de la démarche pour cette mise en œuvre</i>	Transfert d'expérience / mutualisation expertise	

COLLECTIF

MODELE
ECONOMIQUE

FINANCEMENT

COMMERCIALISATION

AMBITION

MAINTENANT

&

A LONG TERME

PRISE DE

CONSCIENCE

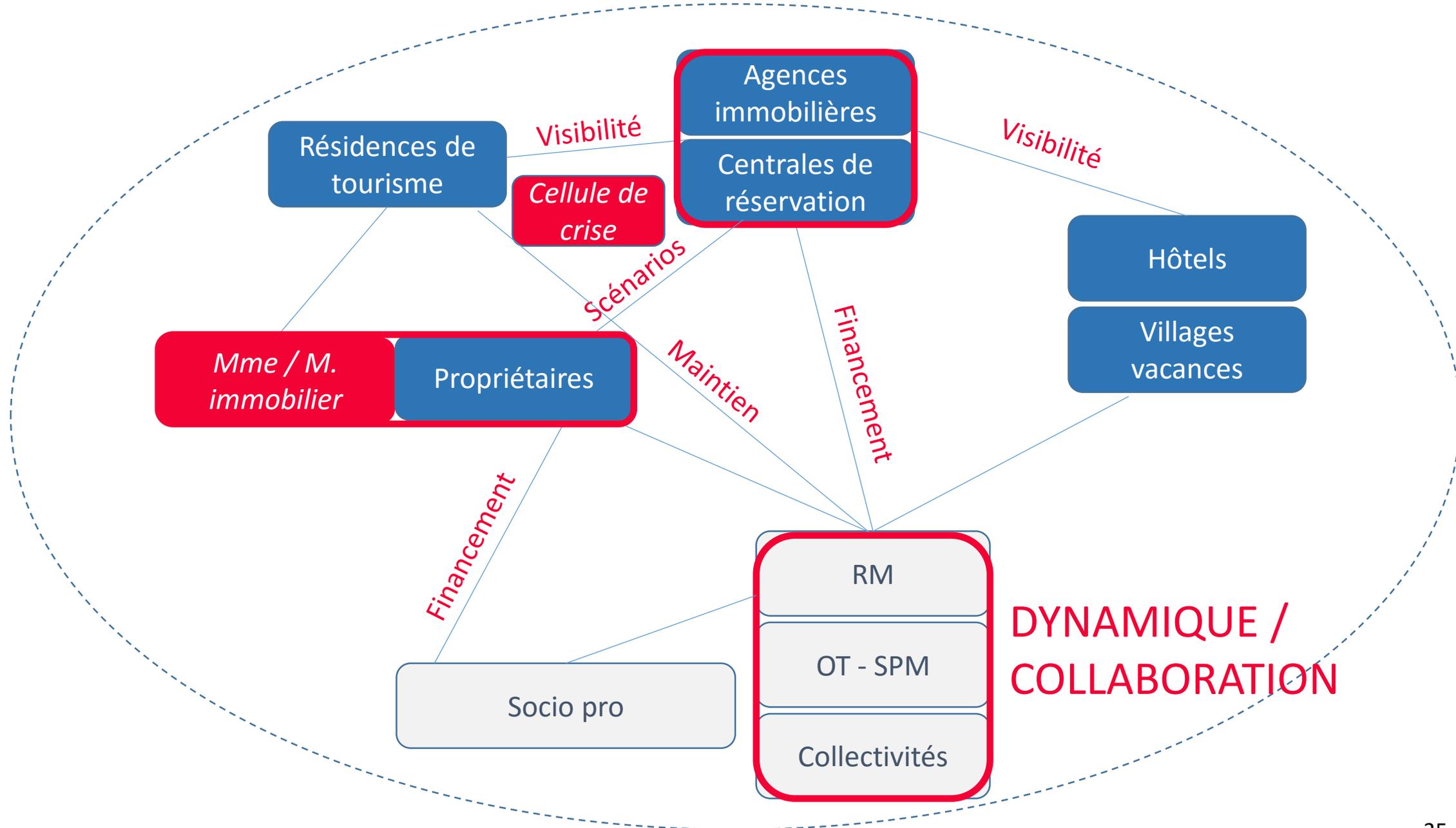
CONFIANCE

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
Maintenir le niveau de commercialisation des lits

MERCI DE VOTRE ATTENTION

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :

Maintenir le niveau de commercialisation des lits



Résidences de tourisme

- Animation annuelle d'une **commission « Hébergements touristiques »** avec les élus et responsables des RT pour créer du dialogue et anticiper les problématiques :
 - Œuvrer au niveau national : avec le **SNRT** pour échanger avec les opérateurs sur les **leviers fiscaux** pouvant favoriser le maintien des baux.
 - Au niveau local : échanger avec les opérateurs locaux sur les charges de fonctionnement pouvant être ajustées (eau, OM, taxe séjour, électricité...)
- Mener un travail auprès des propriétaires pour les informer sur les alternatives au bail (tutoriel, aide à prise de décision....)
- **Mise en place et suivi d'un observatoire des fins de baux.**

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT

Résidences de tourisme

- Animation annuelle d'une **commission « Hébergements touristiques »** avec les élus et responsables des RT pour créer du dialogue et anticiper les problématiques :
 - Œuvrer au niveau national : avec le **SNRT** pour échanger avec les opérateurs sur les **leviers fiscaux** pouvant favoriser le maintien des baux.
 - Au niveau local : échanger avec les opérateurs locaux sur les charges de fonctionnement pouvant être ajustées (eau, OM, taxe séjour, électricité...)
- Mener un travail auprès des propriétaires pour les informer sur les alternatives au bail (tutoriel, aide à prise de décision....)
- **Mise en place et suivi d'un observatoire des fins de baux.**

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT

Hôtels

- Animation annuelle d'une **commission « Hébergements touristiques »** avec les élus, hôteliers et centrales de réservation pour prendre en compte des problématiques spécifiques aux hôtels.
 - **Identifier les besoins** des hôteliers.
- Inciter les hôteliers à « **jouer grouper** » par la création d'une fédération valléenne:
 - Impulser une valeur collective à l'échelle de la vallée
 - Et mettre en œuvre des aspects de commercialisation, achats, mise en marché...

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

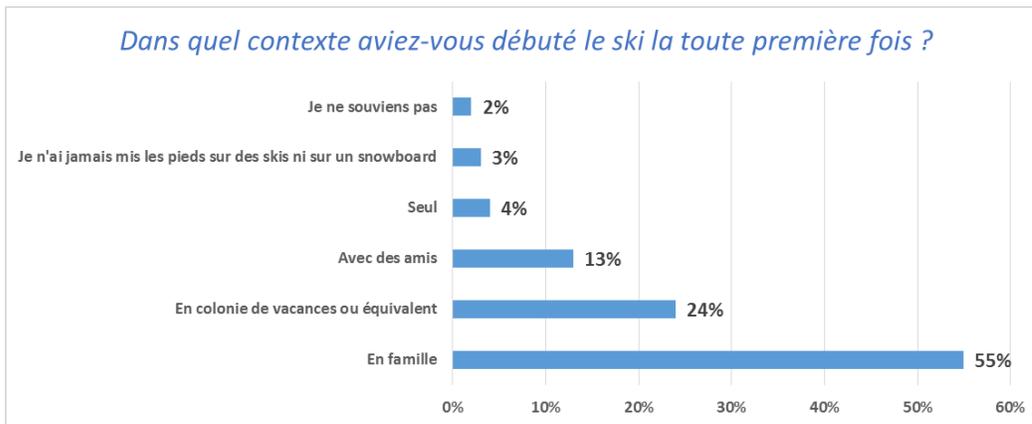
CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT

Centres de vacances

- Animation annuelle d'une **commission « Hébergements touristiques »** avec les élus, centres de vacances et centrales pour identifier les leviers de commercialisation et d'accompagnement de ces structures.
- Mener une **action « valléenne » de connaissance des besoins** des villages vacances sur les deux enjeux :
 - **Bâti** : diagnostic des bâtiments / évaluation des mises aux normes
 - **Marketing** : Problématique des marchés / accompagnement...recherche de clients...
 → S'appuyer et fédérer les institutions pour apporter des réponses aux besoins (Conseil Régional, Savoie Haute Savoie Junior, Département...)



Sources G2A – 550 répondants

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT

Agences immobilières

Centrales de réservation

- Animation annuelle d'une **commission « Hébergements touristiques »** avec les élus, les agences immobilières et les centrales de réservation pour identifier leur **valeur ajoutée** et identifier les leviers d'actions partagées.
- Accompagner la structuration d'une **fédération des agences immobilières & centrales de réservation** afin de ne pas opposer ces deux acteurs, les faire entrer dans une dynamique de complémentarité et assurer l'efficacité de leurs actions. Cette dynamique de complémentarité doit être menée en fonction des territoires et stations.
- Accompagner les agences immobilières et les centrales de réservation sur les **outils de commercialisation** :
 - la banalisation des lits diffus.
 - Les évolutions de contrat et réforme du mode de rémunération des proprio...
 - Amélioration des services aux clients et aux propriétaires.
 - Amélioration des outils web
 - Développement des canaux de commercialisation / DISTRIBUTION
- Etendre et **généraliser les « conciergeries »** pour optimiser les services « + » aux propriétaires et aux clients, en s'adaptant à la commercialisation en C2C.
- Œuvrer collectivement au **recensement des propriétaires individuels** :
 - Recenser les syndicats de co propriétaires.
 - Inciter les **syndics de co propriétaires** à entrer dans une démarche de remise en marché de l'offre et à diffuser les actions à destination des propriétaires.
 - Utiliser les fichiers fiscaux des résidences secondaires et taxes foncières.

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT

Propriétaires

- Animation annuelle d'une **commission « Hébergements touristiques »** avec les élus et les responsables station pour faire remonter aux échelles territoriales supérieures les enjeux de la commercialisation des propriétaires.
- Créer une « **Maison des propriétaires de Maurienne** » avec un poste centralisé à l'échelle de la vallée piloté par « **Mme / M. Immobilier de la Maurienne** » qui **coordonne et anime l'action des relais locaux** (OT, CR, RM...). La maison des propriétaires aurait deux missions :
 - 1. Animation des référents locaux pour :**
 - Animer un « **réseau 2.0 des propriétaires** de Maurienne ».
 - Définir une **politique d'avantages propriétaires** déclinable et adaptable sur les différents territoires (amélioration de la carte d'hôtes...).
 - Mettre en place un **observatoire des lits froids et diffus**.
 - Mettre en place une **communication de la valeur du bien** « Votre appartement a de la valeur, aidez nous à le valoriser davantage ».
 - 2. Identifier avec les référents locaux une cellule de crise en cas de faillite d'une résidence de tourisme**
 - Inventaire des bonnes pratiques de commercialisation.
 - Identifier les scénarios de remise en marché des résidences sur chaque territoire.
 - Anticiper les réponses à apporter aux propriétaires (fiscalité, solutions de reprise, alternatives commerciales (forces / faiblesse, contraintes / atouts...)).
- S'entourer d'une **mission juridique et fiscale** permettant d'apporter un service sur mesure aux propriétaires au fil de l'eau.
- Instaurer une **contribution des propriétaires au « non séjour »** :
 - justifiée par la valeur induite par l'occupation des biens
 - mise en œuvre par un système maîtrisé au niveau local (OM, eau..)
 - Favorisant l'occupation (forfait moins élevé si occupation...)

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT

*A l'échelle nationale, les politiques de soutien à la rénovation ont démontré des coûts conséquents pour un résultat peu significatif. Aussi à ce stade, la préconisation n'est pas de définir une politique de soutien à la rénovation d'envergure mais d'engager une politique incitative s'appuyant sur **l'ensemble des acteurs** et favorisant l'emploi local ainsi que l'implication des **entreprises locales**.*

- Le programme de rénovation se construirait en plusieurs temps :
 1. Diagnostic des besoins station / station pour les opérateurs et les natures de travaux à engager (requalification, économie d'énergie, agrandissement...)
 2. Identification des stations prioritaires (ex. Les Karellis, Le Corbier...)
 3. Recensement des dispositifs existants (Atout France...)
 4. Mise en place d'une politique incitative en faveur de la requalification
- Solliciter l'appui des institutions nationales pour le diagnostic des besoins et l'accompagnement aux hébergeurs.
- Définition d'une **politique incitative en faveur de la requalification** :
 - Recenser les entreprises locales des différents secteurs de la rénovation
 - Echanger avec les entreprises locales sur les modalités de partenariat (niveau financier du partenariat, diffusion de l'information, contres parties, délais, nature des travaux...) en valorisant la nécessité de rénovation du parc d'hébergement.

→ **Animer** à l'échelle valléenne, le réseau des entreprises partenaires ainsi que les hébergeurs via les commissions et les relais locaux.

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT

Centrales de réservation

OT / SPM

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT

- Mener une mission **d'accompagnement à la commercialisation** :
 - Cf. fiche action sur les agences immobilières & centrales de réservation
 - Le **potentiel marché** de la Maurienne sur les intervacances (ciblages clientèles, canaux de commercialisation et plan d'actions...)
 - **Accompagnement sur les politiques tarifaires**
- Mettre en place un **méta moteur** fédérant l'ensemble des hébergements à l'échelle de la vallée et permettant :
 - De faciliter la réservation en ligne.
 - De mutualiser les moyens à l'échelle de la vallée.
 - De valoriser les biens dans la complémentarité des sites.
 - De renforcer l'identité Maurienne.
 - D'animer les ventes par des packages thématiques.
- Définir et animer une **charte qualité Mauri(e)nnov** partagée par l'ensemble des hébergeurs et des territoires.
- Développer des **partenariats avec les sites C2C** (qualification, visibilité...)
- Partager un outil de **gestion de la relation clients** à l'échelle de la Maurienne.

DOMAINES SKIABLES

→ Pour l'ensemble des domaines skiables

- Entrer dans une réflexion / définition de **complémentarité des positionnements stations** pour une cohérence du produit ski à l'échelle Maurienne.
- Mettre en place une politique généralisée de « **départ aux ski pour les enfants de Maurienne** » avec des tarifs attractifs et une logistique dédiée afin de favoriser le renouvellement des clientèles.

→ Domaines skiables « développés »

- Accompagner sur les politiques tarifaires
- Etendre et définir les produits ski partagés
- Soutenir les aménagements et développement de services thématiques et ludiques.

→ Domaines skiables « en développement »

- Accompagner sur l'amélioration du modèle de recettes.
- Mener et soutenir une réflexion vers une VERITABLE DIVERSIFICATION du modèle économique et alternative au produit ski.
 - Village nordique à Bessans.
 - Village mobilité douce et randonnée haut de gamme à Bonneval.
 - Village familles nature - chic et accessible à Albiez.

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT

Collectivités

- **Impulser dès maintenant et tenir sur le long terme une dynamique valléenne** sur l'enjeu de l'hébergement touristique à travers la commission hébergement touristique.
- Instaurer une **contribution des propriétaires au « non séjour »**.
- Se mobiliser collectivement autour de l'enjeu de la **mobilité** :
 - Lobbying auprès d'APRR pour monter des produits péage + offre.
 - Lobbying auprès de la SNCF pour améliorer la desserte en train sur les périodes de vacances et d'intervacances.
 - Négocier les coûts avec les transports à l'échelle de la vallée pour améliorer la desserte des navettes.
- Inciter l'ensemble des socio professionnels à entrer dans une **démarche participative** du développement touristique.
- Œuvrer collectivement au **recensement des propriétaires individuels** :
 - Recenser les syndics de co propriétés.
 - Inciter les **syndics de co propriétés** à entrer dans une démarche de remise en marché de l'offre.
 - Utiliser les fichiers fiscaux des résidences secondaires et taxes foncières.

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE



FINANCEMENT

Socio-pro

Instaurer une adhésion obligatoire au « FOND COLLABORATIF DU TOURISME MAURIENNAIS » (par l'instauration d'une adhésion financière ou le remplacement d'une taxe existante) de l'ensemble des entreprises au maintien de l'activité touristique.

Les fonds mutualisés doivent impérativement trouver une **transparence dans leur utilisation**. A ce stade deux axes d'intervention / financement sont proposés :

- Des **actions concrètes** avec un retour sur investissement mesurable (ex. mobilité, navette...)
- les actions de **remise en marché** des hébergements touristiques (Maison des propriétaires, « Mme / M. Immobilier de Maurienne », accompagnement juridique et avantages propriétaires....)

Un modèle innovant et inédit en France mais basé sur des modèles Autrichiens : (Carinthie), Canadiens (coopératives touristiques) ou privés Français (Arc 1950).

Un rapport annuel donnerait bilan des fonds récoltés et des actions mises en place.

Un collège des entreprises serait représenté dans les instances touristiques locales / valléennes.

ACTIONS
TRANSVERSALES

COMMERCIALISATION

FORMATION

FISCALITE

REHABILITATION

CONSTRUCTION

MOBILITE

FINANCEMENT