



## DES CHANGEMENTS EN PERSPECTIVE

Aujourd'hui deux constats :

### LE CHANGEMENT CLIMATIQUE :

- Variation du niveau d'enneigement
- Une saison d'hiver qui a tendance à se raccourcir
- Un été qui peut être pluvieux ou caniculaire
- La distinction entre les 4 saisons n'est plus bien identifiée

Conséquences : des perturbations au niveau de la gestion des stations, une prise en compte des rejets de CO<sup>2</sup>, trouver des alternatives au tout voiture, varier l'offre en fonction des aléas climatiques ...

## DES CHANGEMENTS EN PERSPECTIVE

### LE CHANGEMENT DU COMPORTEMENT DES CLIENTS :

- *Le client est de moins en moins fidèle, il zappe facilement*
- *Le client veut tout, tout de suite / il veut des hébergements plus spacieux*
- *Le client veut avoir accès à une offre variée en hiver comme en été*
- *Le client souhaite des services (faciliter le séjour)*
- *Suivant la nationalité les besoins sont différents*
- *Le client souhaite être informé en temps réel*
- *Le client est connecté avant, pendant et après son séjour*
- *Le court séjour se développer également*
- *Le client recherche de la relation humaine*
- *Le client n'est pas toujours très sportif mais veut découvrir la montagne*

## DES ENJEUX POUR DEMAIN

1 - Penser la préservation de **l'environnement** des territoires de montagne tout en les valorisant de manière attractive.

2 - Permettre aux vacanciers de **parcourir le territoire le plus facilement possible** pour y découvrir la vie locale, les richesses, les traditions et les patrimoines qui le composent.

3 - **Privilégier l'exercice physique** (de faible à intense) **et la détente**

*En hiver (à travers les glisses et la marche) comme en été (à travers le vélo et la marche).*

*Donc le **facteur « santé »** est un incontournable pour une image « montagne » revalorisée. En Maurienne, on peut allier l'effort à la détente.*

## DES ENJEUX POUR DEMAIN

4 - **Combiner les modes de déplacement** : vélo, marche, glisses, remontées mécaniques, navettes, trains, gyropode, cheval et véhicules hybrides ou électriques...

5 - **Valoriser les savoir faire et les produits locaux** à travers :

- **le développement de circuits courts économiques** (exemples : du producteur au restaurateur, des pique-niques « made in Maurienne », des événements liés à la gastronomie et à l'agriculture « Saveurs d'Automne ... »).

- **la mise en exergue des savoir faire** via l'Histoire et le réseau des musées, l'artisanat et l'artisanat d'art; via la connaissance des acteurs du territoire que ce soit des pros ou des habitants locaux.

Cette valorisation des produits locaux et savoir faire concernent aussi bien le vacancier que l'habitant local.

6 – **Professionnaliser les acteurs liés au tourisme** (accueil, langues, numérique, patrimoine local)

**En fonction de la stratégie validée**

<b>Quoi faire ?</b>		
Travailler sur la (re)valorisation d'un <b>hébergement de qualité</b>	<b>Développer des services</b> pour satisfaire au mieux le client	<b>Développer des outils numériques</b> NFC, pass, infos en live, ...
<b>Objectifs</b>		
<b>Toucher de nouvelles clientèles</b> FR et étrangères	<b>Faciliter</b> au maximum le <b>séjour</b> du client sur place	<b>Informé le client</b> en amont / pendant / après son séjour
<b>Comment ?</b>		
Rénover et/ou mettre en marché <b>des hébergement qualitatifs</b> <b>Développer des services</b>	<b>Attirer</b> le client potentiel via internet - par les sites web - par les réseaux sociaux - par les hébergements (réseaux)	<b>Informé</b> le client en temps réel, <b>donner accès</b> à une multitude d'activités, mettre en place un système de <b>veille</b> et de <b>relation continue</b> avec le client

**POUR RESUMER**

**Stratégie de développement touristique basée sur**  
la découverte du territoire Maurienne à travers :  
le ski et activités neige, le vélo sous toutes ses formes,  
la rando de la balade au sac à dos.

**DONNER ENVIE PAR 3 ENTREES THEMATIQUES  
ET METTRE EN EXERGUE LES PATRIMOINES (naturel et culturel)  
DE LA MAURIENNE**

La cible :  
**Des clientèles SPORTIVES ou ACTIVES**  
(ayant les capacités lors d'un séjour de consommer des activités)

Mettre l'accent sur un produit d'appel :  
le vélo qui peut attirer de nouvelles clientèles en Maurienne et qui permet  
ensuite de les envoyer sur d'autres types d'activités comme le ski, la rando ...

**LE VELO (route/ VTT/VAE) = FACTEUR D'ATTRACTIVITE**

