

## Anthony Collet, nouveau directeur de l'Office de Tourisme : « Notre fabuleux projet à tous, c'est le développement touristique de la vallée »

Anthony Collet est arrivé à la tête de l'Office de Tourisme Haute Maurienne Vanoise il y a un peu plus de quatre mois. Le temps d'une immersion dans les dossiers tout en redécouvrant un territoire qu'il a déjà fréquenté pour avoir des racines mauriennes. Ce spécialiste du marketing et de la communication a travaillé durant une vingtaine d'années dans le secteur du vin dont dix ans pour le Comité interprofessionnel des vins du Beaujolais. Au final, des vignobles montagnaux produisant le Brouilly, le Juliéna, le Moulin-à-Vent, le Beaujolais ou le Saint-Amour aux stations et paysages de Haute Maurienne Vanoise, il est toujours (aussi) question de tourisme.

### Quels sont à vos yeux les atouts de la destination Haute Maurienne vanoise ?

Je dirais que le premier atout avant ceux intrinsèques au territoire, c'est la facilité d'accès : nous avons une autoroute qui conduit nos visiteurs jusqu'à nos portes. Idem pour le train, avec des TGV qui les transportent jusqu'à Modane. Ensuite les routes de Haute Maurienne Vanoise sont dégagées en hiver, et l'on n'a pas de longues routes tortueuses pour accéder à la station de son choix. C'est un point fort par rapport à d'autres stations ou vallées, comme les deux Alpes et L'Alpe d'Huez en Isère, la Tarentaise plus près d'ici, que l'on atteint au terme de parcours souvent bouillonnés. Chez nous, on n'a pas ces désagréments. De plus, nous avons maintenant et pour le 2<sup>e</sup> hiver consécutif un service de transport en commun par bus, reliant Modane à Bonneval-sur-Arc et les stations entre elles. Rappelons qu'un forfait 6 jours et + HMV en donne l'accès en illimité, sauf le samedi. On peut donc rejoindre sa station en bus et décider d'aller skier dans une autre pendant sa semaine, par le même moyen de transport !

### Et les atouts du territoire ?

Haute Maurienne Vanoise est une vallée somptueuse, juste magnifique à partir de Saint-André et Le Freney, avec une diversité de six stations à l'identité bien marquée dont un des plus beaux spots de ski de fond qui soit en France : Bessans. En hiver, on peut avoir le sentiment d'être au bout du monde. Mais cet exotisme montagnard,

cette possibilité de grand ski avec 350 km de pistes, ces paysages sauvages aux accents nordiques ne sont qu'à 1h seulement de Chambéry, 1h20 de Grenoble, 2h de Lyon et 6h de Paris !

Et puis on a une vallée qui vit toute l'année, avec un patrimoine important, culturel, historique, scientifique, avec également une agriculture très forte. J'y suis très sensible après avoir travaillé 20 ans au côté de viticulteurs, comme les Français d'ailleurs qui ont besoin - et ils l'expriment - de revenir à des notions plus terriennes. Tout cela nous invite à nous diversifier hors saison ou l'été, pour faire venir des clientèles différentes, en s'appuyant, entre autres, sur l'agrotourisme, mais aussi sur des activités outdoor comme le VTT. On constate d'ailleurs un regain d'intérêt pour la montagne l'été, il y a l'effet canicule, la recherche de fraîcheur, mais aussi des activités et des événements qui intéressent le public. En août 2019, HMV a réalisé + 5% de croissance. L'été représente 30% des nuitées de l'année.

### Lors d'un entretien avec la presse, vous avez dit vouloir conquérir des clientèles à l'étranger ?

On a déjà une clientèle belge régulière, un peu de Hollandais, quelques Anglais.

**« Nous avons maintenant et pour le 2<sup>e</sup> hiver consécutif un service de transport en commun par bus, reliant Modane à Bonneval-sur-Arc et les stations entre elles. Rappelons qu'un forfait 6 jours et + HMV donne l'accès en illimité aux transports sauf le samedi »**

Mais nous pouvons développer ces clientèles et diversifier. Pourquoi ne pas imaginer faire venir des clients depuis Montréal ou Moscou, puisque nous savons que dans ces pays l'on aime beaucoup la France et les Alpes ? Et puis, il y a des vols sans escale pour Lyon depuis Montréal (7h) et Moscou (4h) ! Avec un office

dimensionné comme le nôtre, nous avons désormais la capacité de développer notre territoire à l'export.

### Mais il y a aussi une clientèle de proximité...

Oui bien sûr. Nous avons quelques bassins de vie importants à moins de 200 kilomètres ou deux heures d'ici. Nous devons consolider en Rhône-Alpes : Chambéry, 130 000 habitants ; Grenoble, 430 000 habitants ; Lyon, 1,4 millions d'habitants. Il y a donc un enjeu à vouloir recapter l'attention des grandes agglomérations de la Région...

### Et les jeunes ?

Quand nous pensons à renouveler nos clientèles, nous pensons à eux, il faut les ajouter ! C'est aussi pour les toucher que nous développons notre communication digitale. Elle est devenue hyper stratégique pour atteindre les fameuses générations Y



et Z<sup>2</sup> qui utilisent énormément leur smartphone pour communiquer ou prendre de l'information. D'où les moyens importants et pertinents que nous déployons en ce moment sur le digital, le Big Data<sup>3</sup>, le CRM.

### HMV à fond dans le digital ?

Disons que la technologie nous permet de développer d'autres formes de communication vers des clientèles spécifiques et de rendre cette communication attractive auprès d'elles, avec des vidéos, des images, du texte. Ainsi, un passionné de VTT, à Lille ou à Brest peut être conquis par une vidéo-drone de la magnifique Espace Chantelouve, à Bessans ! Nous voulons déclencher l'envie. Le marketing moderne est très important, car tous les clients ne sont pas identiques, tous les clients n'ont pas les mêmes attentes, et comme nous avons 6 stations

toutes différentes nous devons bien cibler nos visiteurs, nos futurs clients, en fonction des spécificités.

### Comment est organisé l'office de tourisme HMV ?

L'office est centralisé à Val-Cenis Lanslebourg, avec des B.I.T. (Bureau d'Information Touristique) sur tout le territoire, à Valfréjus, La Norma, Aussois, Val-Cenis, Bessans et Bonneval-sur-Arc. Dans chacun d'eux l'on retrouve des professionnels de l'animation, des conseillers en accueil et des community manager (les animateurs de nos réseaux sociaux).

En 2020, nous allons améliorer la représentativité de l'office dans les stations, par la nomination d'un « référent » en charge de fluidifier les échanges d'information entre l'O.T. et les socioprofessionnels<sup>1</sup>. Il s'agira

## Ski en activité-phare l'hiver, vélo l'été !

Haute Maurienne Vanoise développe aujourd'hui le VTT dans tous les styles : Enduro, DH (descente), cross-country, VTT à assistance électrique, VTT classique. Le territoire ouvre ses remontées mécaniques en été, construit des bike parks, des modules en tout genre et des pump-tracks, balise ses sentiers et les entretient... Les skieurs de l'hiver et leur famille peuvent déjà rêver à un bel été en découvrant le Book VTT carte des sentiers disponible à l'office de tourisme !

« Ici le VTT est devenu stratégique », affirme le directeur de l'Office de Tourisme. « Nous construisons son modèle économique avec les partenaires du territoire. La Communauté de communes Haute Maurienne Vanoise aménage de beaux parcours ludiques et sportifs, des remontées mécaniques fonctionnent l'été, des

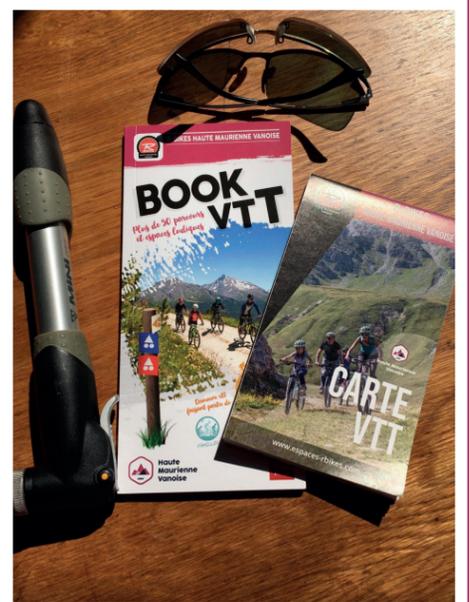
commerçants proposent des vélos et équipements en location, nous avons une Bike School et des moniteurs diplômés pour accompagner et conseiller les clients, des hébergeurs offrent de beaux endroits pour que les vététistes se sentent bien chez nous...

Comme le ski en hiver, je pense que le VTT peut devenir ici une activité-phare l'été en générant tout un écosystème, comme c'est le cas dans le Vercors à Villard-de-Lans, ou dans le Chablais aux Gets. Continuons à construire et à mettre les moyens autour du VTT, pour proposer des infrastructures, créer des produits, des packages touristiques et bien communiquer en amont pour donner envie de venir chez nous, pour vivre une expérience unique. Nous travaillons sur l'information

**...il y a vraiment chez nous cette culture vélo qui est incroyable et qu'il faut absolument expérimenter.**

à fournir en amont aux visiteurs, sur Internet, afin que l'offre du territoire apparaisse bien dans leurs recherches et qu'une fois sur place ils aient déjà tous les éléments sur les parcours, les difficultés, les dénivelés, les directions.

Aux skieurs de janvier je dis : Revenez cet été, vous aurez à votre disposition le plus grand domaine cyclable du monde avec ses déclinaisons VTT et ses paysages extraordinaires, ses points d'altitude rejoignables en télésièges et à partir desquels redescendre vers les stations. Vous pourrez vous balader en forêt ou faire de la descente, emprunter des parcours techniques ou plus calmes, il y a vraiment chez nous cette culture vélo qui est incroyable et qu'il faut absolument expérimenter. »



d'être plus proactif dans la gestion au quotidien de certains imprévus et d'apporter des solutions rapides et efficaces pour les résoudre en concertations avec les acteurs locaux.

**Comment sont représentées les stations dans la grande HMV ?**

La fusion des anciens offices de tourisme a rendu possible l'émergence de la destination HMV, mais aussi la mutualisation de moyens qui nous permettront demain d'aller conquérir de nouvelles clientèles françaises et étrangères. Elle a déjà permis de développer notre place de marché, de créer un label pour valoriser l'hébergement de qualité et de confort, de diviser le coût d'un site Internet comme le nôtre. Dans ce dispositif de territoire, chaque station reste une entrée à part entière en Haute Maurienne Vanoise, chacune est originale, chacune possède des spécificités propres : organisation, histoire, domaine skiable... Elles vont continuer à se mettre en avant et l'Office de Tourisme les y aidera. Et puis, pour chaque station, nous allouons des moyens humains et opérationnels spécifiques pour assurer l'accueil, les campagnes de communication, les animations et l'événementiel, ceci n'a pas changé.

**D'autres projets pour 2020 ?**

Sur le plan stratégique, nous allons mettre en place un **cap marketing sur trois ans**. Et puis nous souhaitons développer notre saison estivale en mettant en place un **marketing été élargi** : il s'agit d'étendre les ailes de saison, en amont et en aval de l'été. En gagnant un mois en juin et trois à quatre semaines en septembre, le territoire peut faire des gains économiques.

**L'accueil en HMV et l'expérience qu'en tire le client sont très importants.** Nous allons donc poursuivre la rénovation de l'hébergement touristique et la **labellisation HMV « Qualité Confort Hébergement »**. Déjà 71 hébergements labellisés en quelques mois. Ce sera plus en 2020.

**Nous allons faire monter en puissance la Place de Marché.** Elle commercialise nos hébergements avec la caution de l'office de tourisme. Que de bonnes surprises pour les clients !

**Nous allons continuer à affirmer notre identité** : 6 stations différentes avec une identité propre et une marque signature : Haute Maurienne Vanoise.

Enfin, et la liste n'est pas exhaustive, nous souhaitons **élargir notre clientèle** vers une cible rajeunie, en France et à l'International, grâce à la communication digitale, le CRM, les partenariats avec des prescripteurs-clés (journalistes, influenceurs, youtubers, bloggers...) ou des actions de proximité comme les salons pour l'inciter à venir découvrir notre beau territoire.

**Nous allons faire en sorte que l'Office de Tourisme devienne le pilier du développement économique du territoire.** Nous remettons le client au centre de la stratégie et la politique commerciale au centre des débats.

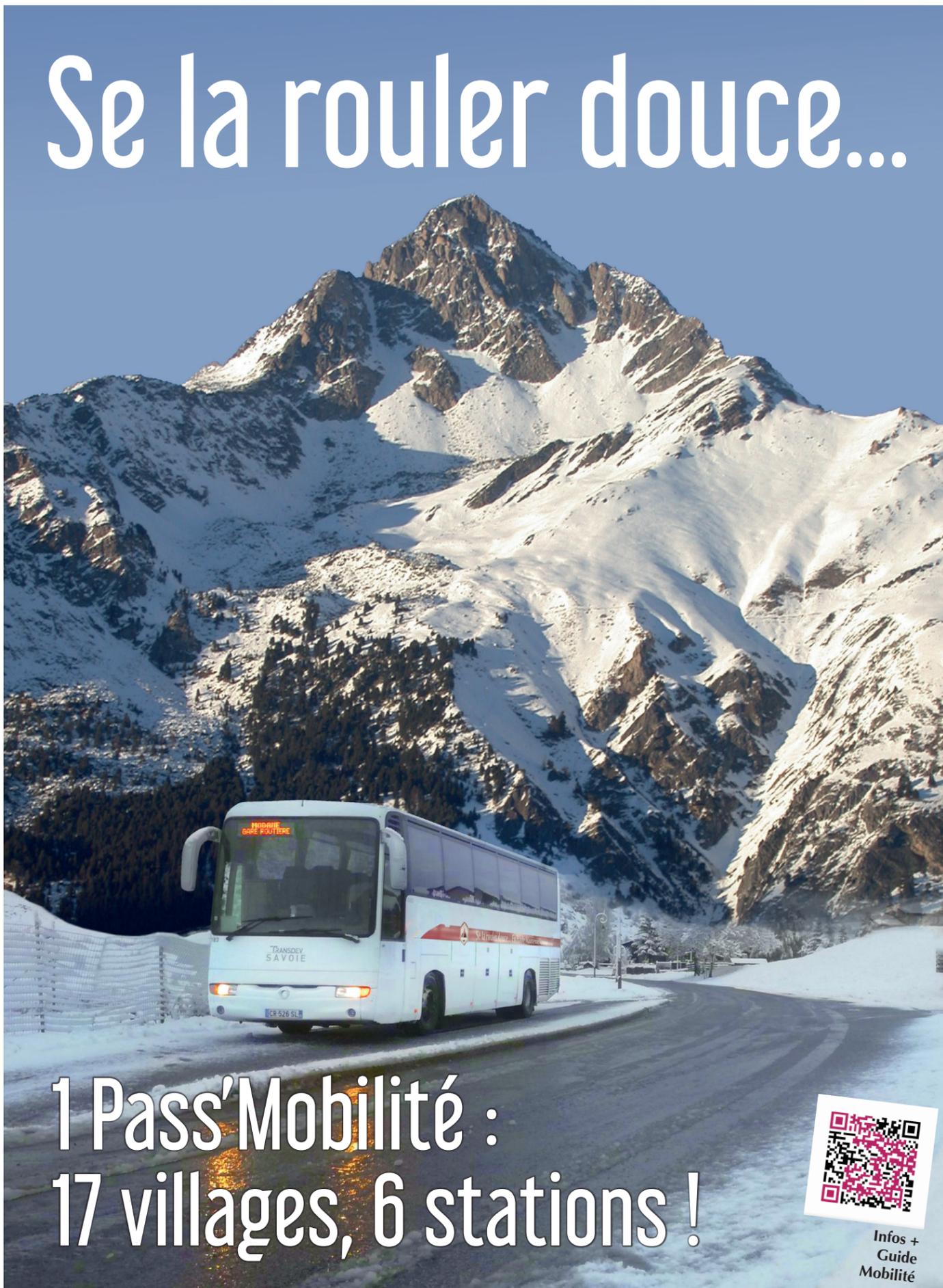
**Que dites-vous aux socioprofessionnels<sup>1</sup> que vous rencontrez, qui participent tous à l'essor du tourisme en HMV ?**

Je dis que nous avons un projet extraordinaire et qu'il n'y a plus qu'à le réaliser... Il y a un challenge énorme avec des résultats attendus pour le territoire HMV. Ce qui est très important pour moi avant tout, et c'est un leitmotiv : c'est créer du lien, de la cohésion entre tous les acteurs, se voir, communiquer. Il faut travailler tous ensemble, pour faire de cette vallée pas seulement un beau territoire, mais un territoire incontournable dans les Alpes. Je suis serein, je suis motivé, optimiste, c'est dans ma nature. Nous avons tout pour réussir.

<sup>1</sup> **socioprofessionnels** : commerçant, agriculteur, propriétaire de gîte, exploitant de remontées mécaniques, moniteur, responsable d'activités de pleine nature, hôtelier, restaurateur, agent immobilier...

<sup>2</sup> **Génération Y** : Encore appelés, les milléniaux, c'est l'ensemble des personnes nées entre le début des années 80 et la fin des années 90. Génération Z : aussi appelée nouvelle génération silencieuse ou génération C pour Communication, Collaboration, Connexion et Créativité. Elle regroupe les personnes nées à partir de 1997

<sup>3</sup> **Big Data** : l'ensemble (volumineux) des données consommateur et marché produites sur Internet, via les réseaux sociaux. Il permet de faire émerger des profils clients. **CRM (Customer Relationship Management)** : stratégie de gestion des relations et interactions d'une entreprise avec ses clients ou clients potentiels.



**1 Pass'Mobilité :  
17 villages, 6 stations !**



Infos +  
Guide  
Mobilité



17 villages, 6 stations : Valfréjus - La Norma - Aussois - Val Cenis - Bessans - Bonneval sur Arc

[www.haute-maurienne-vanoise.com](http://www.haute-maurienne-vanoise.com)

La Région  
Auvergne-Rhône-Alpes

