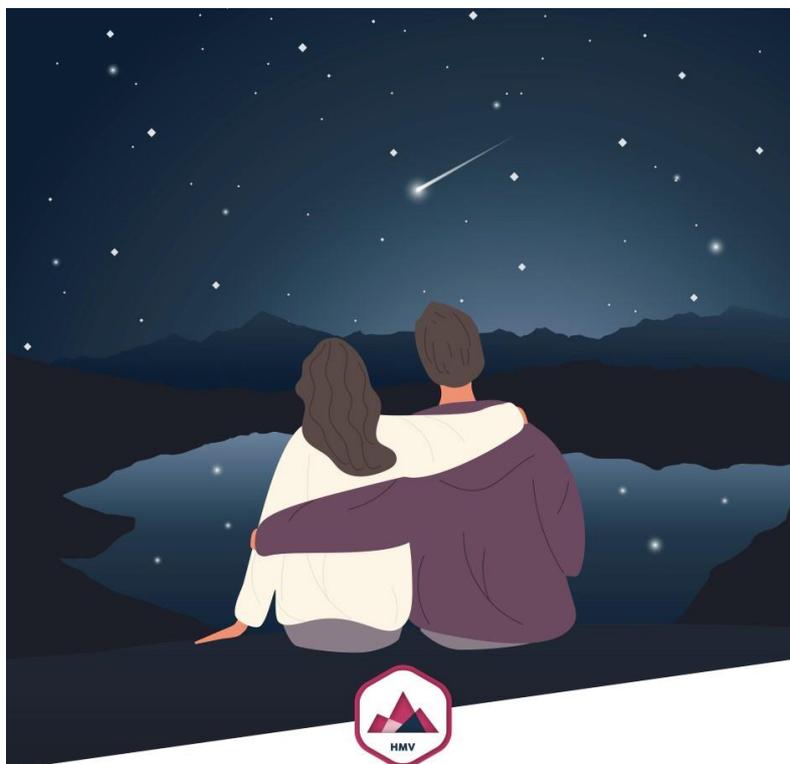


Stratégie touristique Haute Maurienne Vanoise

2021/2027



SE CONNECTER À L'UNIVERS

**#EXPERIENCES #VISIONTOURISME #HMV2030
#LESALPESGENEREUSES**

« Des milliers de personnes épuisées, nerveuses et sur-civilisées commencent à découvrir qu'aller en montagne, c'est rentrer chez eux (...) »

John Muir

En préambule

La stratégie de développement territorial : Eccho 2030 !

Dans le cadre de sa démarche Eccho 2030, la Haute Maurienne Vanoise a mis en évidence un enjeu structurant pour son avenir : rééquilibrer le modèle de développement pour réduire la dépendance au tourisme en contribuant au maintien de la cohésion sociale et en utilisant l'environnement comme un levier.

Il s'agit donc de diversifier l'économie, de créer des passerelles entre les différents secteurs économiques, de s'attacher à accroître le bien-être des populations locales, en s'appuyant sur et en préservant l'environnement. On parle d'économie symbiotique¹.

Pour autant, il ne s'agit pas de réduire l'activité touristique, mais plutôt de l'aborder et de la concevoir différemment tout en la soutenant et en la développant, pour devenir à horizon 2030 une destination de tourisme alpin à la pointe du développement durable.

De la vision du tourisme à horizon 2030 à la stratégie 2021/2027

La vision du tourisme à horizon 2030 (<https://www.youtube.com/watch?v=hbFZqIYBPQo>) affiche une ambition humaine économique et environnementale. L'humain, qu'il soit habitant ou visiteur, est au sommet et peut, s'il est sensibilisé, s'il est convaincu, et s'il le souhaite, décider d'agir pour préserver son cadre de vie et de loisirs/vacances.

Pour cheminer vers cette vision, la destination Haute Maurienne Vanoise s'appuie tout naturellement sur des principes transversaux : le développement durable (dont la culture et la responsabilité sociale), la compétitivité, l'innovation touristique, et le travail dans le cadre d'une méthodologie rigoureuse.

→ La première partie du présent document explicite ces principes transversaux et les illustre à travers des exemples.

Cela implique d'agir à plusieurs niveaux, dans le cadre d'une stratégie intégrée et de transition écologique des filières touristiques :

- Poursuivre la diversification quatre saisons entreprise depuis plusieurs années déjà, à travers le renouvellement, l'optimisation et la création d'expériences valorisant les patrimoines naturels et culturels ;
- Favoriser les circuits courts dans la restauration et l'approvisionnement ;
- Maintenir chauds les lits chauds, réchauffer les lits froids autant que faire se peut, et limiter la création de nouveaux lits, en particulier s'ils ont vocation à devenir froids à terme ;
- Limiter les déperditions énergétiques de l'immobilier de loisir et faire le choix des énergies renouvelables ;
- Favoriser une mobilité peu carbonée, voire décarbonée, pour accéder à la destination et se déplacer au sein de la destination ;
- Mettre en œuvre un marketing raisonné qui valorise une destination et des stations responsables auprès de clientèles de relative proximité (locale, régionale, française, européenne / pays limitrophes prioritairement), fidèles et à renouveler ;
- Piloter la destination grâce à une gouvernance agile, efficace et connue de tous, et un tableau de bord repensé (intégration d'indicateurs en lien à l'environnement notamment) ;
- Veiller au bien-être des populations locales et saisonnières à travers notamment une politique de l'emploi, du logement et culturelle appropriée ;
- Créer les conditions de l'innovation, une innovation porteuse de sens et d'avenir ;
- Anticiper dès à présent l'avenir grâce à des outils appropriés et une démarche prospective à horizon 2050.

→ La seconde partie de ce document présente les axes opérationnels de la stratégie.

¹ Economie symbiotique : mettre en symbiose les écosystèmes naturels et les activités humaines, pour le bien-être et la prospérité de tou-te-s (fr.symbiotique.org/fr)

La crise sanitaire... entre incertitudes et opportunités

La crise sanitaire que nous vivons, et qui a eu pour conséquence la fermeture anticipée des remontées mécaniques en mars 2020 et leur non-ouverture en 2021, est venue accélérer les prises de conscience et a, en cela, influencé les choix stratégiques pour l'avenir. Il est devenu évident au plus grand nombre qu'il n'est plus possible d'attendre pour enclencher la transition vers un modèle de développement plus vertueux.

Lors des Assises du Tourisme les 25 et 26 mars 2021, une centaine d'acteurs publics et privés ont eu l'occasion d'échanger sur la manière dont ils vivaient cette crise sans précédent dans l'histoire du tourisme alpin. Au-delà des difficultés liées à l'incertitude sur l'avenir proche (gestion du personnel, gestion des stocks...), à l'unanimité ils ont exprimé que cette période leur avait permis de tisser de nouveaux liens entre eux, d'innover, d'accueillir les nouvelles clientèles de la montagne, et de concevoir que l'hiver il y a de belles aventures à vivre, même sans le ski.

Haute Maurienne Vanoise, un espace valléen de catégorie 1... et 2

La catégorisation opérée sur la base de critères objectifs et ayant conduit à la segmentation de 4 groupes d'espaces valléens rassemblés autour d'enjeux et réalités touristiques similaires a positionné la Haute Maurienne Vanoise en catégorie 1.

En réalité, la Haute Maurienne Vanoise se situe plutôt « à cheval » entre les catégories 1 et 2.

Il est vrai que c'est un territoire à forte spécialisation touristique, avec un tourisme fortement développé autour de l'activité ski. Cependant en raison notamment de la Route de Grandes Alpes (itinérance), de la présence du Parc national de la Vanoise et de la proximité avec l'Italie, la Haute Maurienne Vanoise compte 1/3 de ses nuitées annuelles en été, avec une activité sensible en juin et en septembre.

Par ailleurs, si le moment de puissance total est élevé, c'est avant tout en raison de la présence de la station de Val Cenis dans le panel, les 5 autres stations (Valfréjus, La Norma, Aussois, Bessans et Bonneval sur Arc) ayant des moments de puissance moins élevés, plus proches de ceux des stations moyennes du groupe 2.

Depuis plusieurs années la gouvernance a évolué et le tourisme est piloté à l'échelle intercommunale. Cette organisation reste à conforter, avec notamment une plus grande implication des socioprofessionnels.

Les enjeux identifiés pour la Haute Maurienne Vanoise relèvent tout autant des enjeux identifiés pour le groupe 1 que de ceux identifiés pour le groupe 2 :

- Transformer le système économique en lien à la nécessaire transition écologique ;
- Devenir et promouvoir une montagne propre, intelligente et à la pointe, une montagne à vivre, ici et nulle part ailleurs ;
- Préserver les paysages et la biodiversité, gérer les espaces et les ressources, limiter les impacts des équipements et des flux touristiques et améliorer le bilan carbone du tourisme ;
- Conserver et développer une image « montagne évasion » à destination des jeunes et des aventuriers tout en développant pour d'autres clientèles tout aussi sensibles à la question environnementale, familiales et scolaires notamment, une image plus douce et plus accessible.

Une stratégie territoriale qui s'inscrit dans des écosystèmes plus larges

La Haute Maurienne Vanoise s'inscrit dans des écosystèmes plus larges avec lesquels elle interagit dans le cadre de son développement touristique et territorial.

C'est à l'échelle de la Maurienne qu'est par exemple piloté le SCOT mais aussi la GEMAPI et un certain nombre de contrats et projets qui soutiennent le développement de la vallée (TEPos, LEADER, ALCOTRA / Hautes Vallées, démarche Grand Chantier, Lyon-Turin, CRTE). Elle interagit également dans l'écosystème Vanoise à travers le Parc national de la Vanoise et participe à plusieurs réseaux à l'échelle de la Savoie et de la Région Auvergne-Rhône-Alpes et du massif alpin français (réseau des Espaces Valléens).

Les principes transversaux de la stratégie touristique

La stratégie Haute Maurienne Vanoise consiste donc à allier durabilité et compétitivité, pour emmener le territoire vers un nouveau modèle, à inventer.

Développement durable... de quoi parle-t-on ?

C'est la formulation des Nations Unies que l'on retiendra pour définir ce qu'est le développement durable :

« Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. »

Il s'agit de mettre en œuvre une stratégie qui permette le développement économique dans le cadre d'une responsabilité sociale et environnementale.

Le développement durable peut s'apprécier dans une vision « macro » de la stratégie.

Il est cependant important d'interroger également chaque projet sur sa réponse aux enjeux du développement durable et de regarder ce qu'il produit globalement :

- En quoi mon projet permet-il de créer de la valeur et de générer du développement économique ? Va-t-il générer des nuitées supplémentaires ? De la consommation additionnelle ?
- En quoi mon projet porte-t-il une responsabilité sociale ? Est-il accessible à tous ? Permet-il d'acquérir des compétences ? Permet-il de démocratiser certaines pratiques ? Comprend-il un volet de médiation ?
- En quoi mon projet contribue-t-il à préserver l'environnement ? Lutte-t-il contre l'artificialisation des sols ? Contribue-t-il à la sobriété énergétique ? Quel est son bilan carbone ? Participe-t-il à réduire l'empreinte carbone de l'activité touristique en Haute Maurienne Vanoise ?
- Mon projet est-il durable ? Participe-t-il au développement durable du territoire ?

Plusieurs projets du plan d'actions sont résolument tournés vers le développement durable car ils participent au développement économique, tout en étant responsables d'un point de vue social et environnemental.

Par exemple :

- Le projet de valorisation du site du Val d'Ambin : il permet d'offrir une expérience insolite et attractive de rapprochement avec la nature, de désengorger certains sites potentiellement sur-fréquentés côté Parc national de la Vanoise, l'artificialisation des sols est minime et maîtrisée, l'offre fonctionne aux 4 saisons et est accessible à tous et notamment aux clientèles familiales et aux classes de découverte ;
- Dans la remise à plat du schéma global de déplacement, le schéma directeur vélo : il permet de sécuriser la pratique du vélo en Haute Maurienne Vanoise, qu'il s'agisse de vélo loisir ou de vélo déplacement, de rendre le territoire attractif pour les pratiquants de vélo, de permettre aux personnes sans voiture ou ne souhaitant pas utiliser leur voiture de se déplacer facilement d'un point A à un point B, de diminuer le bilan carbone de la mobilité ;
- Le diagnostic énergétique de l'immobilier de loisir : il permet à tous les propriétaires de prendre conscience des déperditions énergétiques, s'il est suivi d'actions de rénovation énergétique il permet d'augmenter le confort des hébergements et donc l'attractivité et il contribue à diminuer le bilan carbone des hébergements de loisir à l'échelle de la destination ;
- La labellisation « Flocon Vert », opération conduite conjointement par la Commune et la station de Val Cenis : un label vertueux, qui incite, rassemble et met en lumière la destination auprès de clientèles captives.

L'innovation... moteur de la transformation ?

*« Innover, c'est apporter un changement dans un système, dans une façon de procéder ».
(wiktionary.org)*

Synonymes : changement, création, invention, nouveauté, révolution, transformation

Contraires : conservatisme, routine, tradition

Il existe de nombreuses façons d'innover : innover dans les processus, créer des produits ou services innovants, innover localement, innover à une échelle plus large, etc.

Un nouvel équipement peut être innovant et avoir un impact conséquent en matière d'attractivité. Mais une nouvelle manière de travailler, et notamment en utilisant des méthodologies centrées sur l'expérience utilisateur (définition de profils-type d'usagers, co-création d'expériences, assemblage d'offres dédiées...), peut donner lieu à la création d'offres innovantes et porteuses d'attractivité sans pour autant qu'un nouvel équipement ait été créé.

Quelle qu'elle soit, l'innovation doit permettre de faire mieux, de rendre plus heureux (bien-être), de transformer. Elle est porteuse d'avenir. Elle doit faire sens, et inspirer. C'est une force motrice et une source d'émulation à l'échelle d'un territoire. L'innovation participe à l'attractivité.

Ainsi il ne s'agit pas ici d'innover pour innover ou d'innover à n'importe quel prix, environnemental notamment, mais bien d'innover pour cheminer vers la vision du territoire à horizon 2030.

Plusieurs projets du plan d'actions 2021-2027 sont vecteurs d'une innovation porteuse de sens, par exemple :

- La valorisation du ciel étoilé : innovation à l'échelle locale, valorisation du patrimoine naturel, innovation dans la compréhension et la valorisation que l'on souhaite faire du vivant, et potentiellement les formats d'interprétation qui en découleront ;
- La création d'un centre équestre : innovation à l'échelle locale, il n'existe pas de centre équestre à ce jour en Haute Maurienne Vanoise ;
- La création d'une tyrolienne 4 saisons : innovation Maurienne, un tel équipement n'a pas encore vu le jour ;
- Le label UNESCO « Bessans-Bonneval Terre d'Alpinisme » : innovation nationale (2^{ème} site labellisé après Chamonix), valorisation d'une spécificité de l'histoire locale en lien fort avec les aménités environnementales, revalorisation de la pratique locale de l'alpinisme ;
- La création d'un éco-lieu autour des plantes et de la médecine par les plantes : innovation Maurienne et sans doute à une échelle plus large, nouvelle offre en lien direct avec la biodiversité ;
- La collection printemps/automne : innovation locale pour développer la saison de printemps (15 mai / début juillet) et la saison d'automne (début septembre / Toussaint), innovation dans le processus de travail (design d'expériences) ;
- Le laboratoire de recherche et d'innovation : innovation alpine, un outil collectif susceptible de créer et d'alimenter une dynamique en intégrant une pensée innovante à toute la stratégie ;

Enfin, le « digital » tiendra sans doute une place importante dans la dynamique d'innovation, qu'il s'agisse de guidage sur les itinéraires de randonnée, d'application de covoiturage, de marketing ou encore d'échanges entre acteurs via des webinaires par exemple. Sur des territoires de montagne étendus, le digital peut rapprocher et il serait dommage de s'en priver. En effet, les Assises du Tourisme organisées les 25 et 26 mars dernier au format entièrement digital ont réuni plus de 100 personnes, alors même que les réunions en présentiel ne rassemblent parfois que la moitié de cet effectif.

Vous avez dit... compétitivité de la destination ?

*« La compétitivité touristique désigne la capacité d'une destination à faire face à la concurrence de manière efficace et rentable sur le marché touristique et découle de son aptitude à préserver la qualité de ses ressources physiques, sociales, culturelles, et environnementales tout en restant compétitif sur le marché »
(journals.openedition.org).*

Il s'agit là d'être fort pour exister sur le marché, être identifié et se différencier, en s'appuyant sur et en préservant les ressources, environnementales notamment.

La création d'offres respectueuses de l'environnement, bienveillantes pour les accueillants comme pour les accueillis, est indéniablement aujourd'hui un vecteur de compétitivité des destinations. De plus en plus, les clientèles de la montagne sont attentives à la responsabilité sociale et environnementale des destinations qu'elles visitent. Selon l'observatoire G2A 85% des clientèles ayant fréquenté la Haute Maurienne Vanoise à l'été 2020 se déclaraient engagées sur les questions environnementales.

Plusieurs projets du plan d'actions 2021-2027 alimenteront particulièrement la compétitivité de la destination, parmi lesquels :

- La valorisation de la verticalité : élément différenciant de la destination Haute Maurienne Vanoise ;
- Le travail sur l'expérience-client randonnée : organiser et promouvoir l'offre par usage et public-cible ;
- La requalification de l'immobilier de loisir : offrir des hébergements qualitatifs permet de satisfaire, de fidéliser et de gagner des parts de marché ;
- L'ascenseur valléen Modane/Valfréjus – Modane/La Norma : pour une mobilité fluide et rapide, bas carbone et une image renouvelée ;
- La déclinaison de la vision du tourisme à horizon 2030 en stratégie marketing : aligner les actions marketing avec le travail sur l'offre, pour tenir la promesse faite au client ;
- Le plan de professionnalisation des acteurs : pour monter en compétence, améliorer la satisfaction, travailler individuellement et collectivement sur ce que l'on peut faire pour diminuer notre empreinte carbone par exemple.

Une méthodologie rigoureuse : condition *sine qua non*

Pour embarquer tout l'écosystème touristique et plus largement territorial dans la nécessaire transformation du modèle, le déploiement de la stratégie doit faire appel à une méthodologie rigoureuse.

Il s'agit de :

- Assurer de la veille et du benchmark, pour capter les tendances sociétales et s'adapter en continu ;
- Animer la gouvernance, travailler ensemble, en cohérence et organiser la communication interne au territoire ;
- Suivre et piloter la stratégie et les projets, régulièrement ;
- Anticiper l'impact environnemental à court, moyen et long terme et le coût de fonctionnement des investissements que l'on projette, afin qu'ils soient viables ;
- Optimiser les sources de financements ;
- Observer l'activité touristique (aspects quantitatifs et qualitatifs) et évaluer les actions menées ;
- Ne rien laisser au hasard...

En conclusion, la portée de chaque projet sera scannée au regard de ces principes transversaux, afin d'évaluer sa contribution à l'évolution du modèle de développement du territoire. Un accompagnement des porteurs de projets, publics comme privés, sera proposé afin de réajuster les projets lorsque ceux-ci ne répondent pas aux enjeux identifiés pour l'avenir du territoire. L'on s'attachera également à évaluer ce que les actions menées dans leur ensemble produisent en matière de développement durable, d'innovation et de compétitivité.

Les axes opérationnels de la stratégie touristique

Cheminer vers la vision du tourisme à horizon 2030, c'est se donner les moyens d'être une destination responsable, en déployant les principes transversaux retenus dans les différents secteurs de l'écosystème touristique que sont les activités, l'hébergement, les transports, la restauration et plus généralement les services.

Cette approche par secteur de l'écosystème touristique permet également de travailler sur toutes les composantes du parcours-client, avant, pendant et après son séjour.



Les axes opérationnels de la stratégie touristique Haute Maurienne Vanoise 2021/2027 sont les suivants :

<p>Axe 1 Structurer et valoriser une offre d'expériences uniques et inoubliables</p> <ul style="list-style-type: none"> → Attractivité → Accessibilité au plus grand nombre → Faible impact environnemental 	<p>Axe 2 Requalifier et dynamiser l'immobilier de loisir</p> <ul style="list-style-type: none"> → Offre diversifiée, qualitative et attractive → Formats de séjours en phase avec les attentes clients <ul style="list-style-type: none"> → Lits chauds → Bilan carbone en baisse 	<p>Axe 3 Organiser et favoriser une mobilité fluide et renouvelée</p> <ul style="list-style-type: none"> → Déplacements sans voiture individuelle facilités → Populations locales et touristiques → Diminution de l'empreinte carbone
<p>Axe 4 Promouvoir et commercialiser la destination Haute Maurienne Vanoise</p> <ul style="list-style-type: none"> → Destination responsable, qui ambitionne d'être à la pointe du développement durable à horizon 2030 → Clientèles en quête de sens, sensibles à la responsabilité sociale et environnementale → Clientèles de relative proximité (locales, régionales, nationales, pays limitrophes) 		
<p>Axe 5 Piloter la destination Haute Maurienne Vanoise</p> <ul style="list-style-type: none"> → Transition, transformation du modèle <ul style="list-style-type: none"> → Efficacité → Efficience 		

Structurer et valoriser une offre d'expériences uniques et inoubliables

La Haute Maurienne Vanoise poursuit son travail de développement et de valorisation d'expériences à vivre ici et nulle part ailleurs.

Elle entend par là-même affirmer son identité et son caractère montagnard. Bien qu'elle ait toujours été particulièrement respectueuse de son environnement (développement maîtrisé, choix tout à la fois audacieux et plein de sagesse des générations précédentes), elle n'a jamais autant affirmé qu'aujourd'hui son souhait de le préserver.

Le développement de nouvelles offres passe en partie par la création de nouveaux aménagements et équipements, ceux-ci doivent être respectueux de l'environnement tant dans leurs installations que dans les pratiques qu'ils permettent et appellent. Chaque projet sera étudié au regard de cette nécessité.

Développer de nouvelles offres c'est aussi, et probablement avant tout, travailler sur l'expérience client, mettre en scène et mettre en lien des activités, équipements et patrimoines existants. Cela relève d'un travail de veille sur les tendances sociétales et de consommation, de design et de co-conception, et d'animation territoriale.

L'on souhaite ici donner l'accès à la nature et à tout ce que celle-ci apporte en matière de bien-être, tout en informant, sensibilisant, éduquant, en particulier les nouveaux venus à la montagne, et ce dans un esprit extrêmement bienveillant. Il s'agit également de gérer et anticiper les problématiques de surfréquentation de certains sites, en valorisant par ailleurs les sites plus confidentiels.

Pour la période 2021/2027, la Haute Maurienne Vanoise poursuit les objectifs suivants :

- Proposer des expériences à vivre « ici et nulle part ailleurs » ;
- Devenir une destination de montagne 4 saisons de référence en matière d'expériences outdoor à fort potentiel « plaisir » et à faible impact environnemental ;
- Soutenir l'activité ski, alpin et nordique, attractive et rémunératrice, tout en engageant la diversification hivernale pour préparer l'avenir ;
- Moderniser les expériences en lien au patrimoine et à la culture locale pour en faire de véritables vecteurs de promotion de la destination.

Côté outdoor

Une réflexion prospective sur l'outdoor de montagne est en cours, pour développer et valoriser le potentiel de la vallée, et ce, en été, mais aussi au printemps et à l'automne, ainsi qu'en hiver. Ici, pas de véhicules à moteur dans les espaces naturels, pas de pratiques de masse, en dehors de l'activité ski alpin qui sera par ailleurs soutenue.

Parallèlement un travail démarre sur l'amélioration de l'expérience client randonnée et des projets émergent d'ores et déjà autour des activités verticales, équestres et quatre saisons. Un projet conséquent de valorisation du ciel étoilé est au programme.

Concernant le vélo et en particulier le cyclotourisme, « la Maurienne le plus grand domaine cyclable du monde » comprend plusieurs espaces valléens qui collaborent au sein de l'association Maurienne Tourisme, particulièrement Arvan-Villards, Maurienne Galibier et Haute Maurienne Vanoise. Ils entendent poursuivre leur collaboration avec notamment la valorisation des grands cols et la mise en place d'équipements visant à faciliter la vie des cyclistes.

Dans le respect de l'environnement et des populations locales, on viendra en Haute Maurienne Vanoise pour... explorer la montagne en quête de plaisir et d'inattendu, tutoyer les sommets, draguer les bouquetins, danser avec la nature, écouter ce que les glaciers ont à nous raconter, glisser inlassablement dans le grand blanc et se connecter à l'univers.

Côté culture et patrimoine

L'amélioration de l'accueil et des expériences à vivre sur les grands sites (Mont-Cenis, Barrière de l'Esseillon) est une volonté clairement affichée, tout en y gérant mieux les flux et les potentielles périodes de surfréquentation.

Des cheminements étonnants et surprenants sont en gestation, sur des itinéraires existants, dans la mouvance du slow tourisme. Prendre le temps de prendre le temps. On citera en particulier le projet de valorisation du Chemin du Petit Bonheur, en cours de démarrage, et pour lequel une méthodologie de design thinking sera déployée. Il s'agit là de faire le « pas de côté »... c'est ici et nulle part ailleurs.

Le projet de valorisation des patrimoines insolites, bizarres et étonnants, programmé en 2016-2020, démarre lui aussi tout juste, avec ce même état d'esprit, et a vocation à s'inscrire dans le temps, avec des nouveautés à découvrir chaque année.

Dans la continuité du projet inter Espace Valléens « Escapades Baroques dans les Alpes » coordonné entre 2017 et 2020 par la Fondation FACIM, le développement d'offres en lien au baroque se poursuivra au fil des saisons, pour rendre plus accessible ce patrimoine, et mettre en lumière ce versant encore trop confidentiel du patrimoine local.

Les communes poursuivent la rénovation et la restauration du patrimoine religieux, afin de le conserver et de le valoriser à travers différentes expériences.

Enfin, des projets de médiation culturelle, à travers des animations, des festivals et des évènements, sont envisagés aux 4 saisons.

Dans le respect de l'environnement et des populations locales, on viendra en Haute Maurienne Vanoise pour... vivre des expériences fortes et baroques.

Côté restauration, gastronomie et produits locaux

Plusieurs projets principalement portés par des acteurs privés convergent autour du développement des circuits courts et de l'économie circulaire induite. Restaurateurs, producteurs, commerçants, ils sont plusieurs à souhaiter s'organiser pour distribuer leurs produits ou s'approvisionner différemment, de manière plus responsable et plus éthique. Leur objectif : baisser l'empreinte carbone de leur activité, entraîner leurs pairs avec eux et proposer des produits plus qualitatifs et plus locaux à leurs clients.

Dans le respect de l'environnement et des populations locales, on viendra en Haute Maurienne Vanoise pour... goûter les saveurs d'ici et sentir les 1000 parfums de notre terroir.

Requalifier et dynamiser l'immobilier de loisir

Engagée depuis plusieurs années dans une démarche intercommunale pro-active en matière d'immobilier de loisir, la Haute Maurienne Vanoise entend poursuivre la mise en œuvre de sa Politique Immobilier de Loisir (PIL) et passer à la vitesse supérieure.

Ses objectifs sont clairs :

- Enrayer le refroidissement des lits en maintenant chauds les lits chauds et en réchauffant les lits froids autant que faire se peut ;
- Disposer d'un parc immobilier diversifié (tant dans la forme que dans les gammes) et qualitatif ;
- Limiter l'artificialisation des sols et, dans le cas de nouveaux programmes immobiliers construire uniquement des lits qui resteront chauds ;
- Diminuer le bilan carbone de l'immobilier de loisir ;
- Reconnaître chaque propriétaire dans son rôle de partenaire de la destination.

La Politique Immobilier de Loisir (PIL) Haute Maurienne Vanoise se concentre principalement sur les résidences secondaires et se décline en plusieurs champs d'intervention :

- La connaissance de l'immobilier de loisir : se donner les moyens de mieux connaître le parc immobilier de loisir et les propriétaires eux-mêmes est un gage de réussite de la Politique Immobilier de Loisir. Cela permet de concevoir et mettre en œuvre des actions adaptées aux réels besoins du territoire. Déployer par exemple en 1^{er} lieu des efforts vers les propriétaires qui souhaitent louer mais rencontrent des difficultés (rénovation, visibilité, commercialisation, fiscalité, besoin en services de conciergerie, etc.) et ne pas s'acharner à convaincre des loueurs qui ne loueront jamais.
- L'animation du réseau des hébergeurs : associer le plus grand nombre possible de propriétaires et leur proposer des temps forts (évènements, webinaires, excursions sur des salons de type Alpes Home...) afin de les sensibiliser à différentes thématiques, de valoriser les bonnes pratiques, de les mettre en lien les uns avec les autres, de créer des synergies, d'apporter des éléments de réponse à leurs problématiques.

- La boîte à outils : mettre en place ou inciter à la mise en place des services favorisant le maintien des lits chauds et le réchauffement des lits froids, par exemple conseils en matière de fiscalité, développement et valorisation des services de conciergerie, labellisation « Qualité Confort Hébergement ».
- La rénovation : mettre en réseau les artisans locaux afin qu'ils deviennent partenaires du label « Qualité Confort Hébergement », proposer des conseils en matière de rénovation auprès des propriétaires, déployer un diagnostic énergétique de l'immobilier de loisir à l'échelle Haute Maurienne Vanoise afin d'associer à tout prix la rénovation thermique et énergétique à la dynamique de rénovation qualitative. Certaines communes souhaitent, dans le cadre d'un dispositif de type ORIL, participer financièrement à la rénovation de l'immobilier de loisir.
- La commercialisation : aider chaque propriétaire à commercialiser son bien et à booster ses locations, à travers notamment la place de marché Haute Maurienne Vanoise et les dispositifs existants de location en PàP (particulier à particulier).

A terme, les différentes actions et services de la Politique Immobilier de Loisir seront regroupés et pilotés au sein de la Maison des Propriétaires Haute Maurienne Vanoise. Une réflexion démarrera prochainement sur le volet juridique de la Maison des Propriétaires. Est-ce un service en régie de la Communauté de communes ou plutôt une structure juridique publique/privée à part entière, associant les propriétaires eux-mêmes mais aussi les partenaires privés de la destination (domaines skiables, écoles de ski, restaurateurs, prestataires d'activité, etc.) ? La Maison des Propriétaires sera située à Modane, aura une annexe à Val Cenis dans les locaux du siège de l'Office de Tourisme et se rendra également mobile afin d'aller à la rencontre des propriétaires.

L'immobilier de loisir ce sont aussi d'autres typologies d'hébergements, dont les lits sont naturellement plus chauds : hôtellerie, chambres d'hôtes, centres de vacances / auberges de jeunesse, campings mais aussi gîtes et refuges, etc.

La Communauté de communes est en veille permanente sur les dispositifs de financements qui peuvent permettre de requalifier l'immobilier de loisir, elle fait part des nouveautés régulièrement aux hébergeurs. Elle est à l'écoute des porteurs de projets et leur propose un accompagnement autant que faire se peut.

Par ailleurs elle est et restera extrêmement attentive à l'indispensable requalification des refuges de montagne et encourage vivement les projets de rénovation. Compte-tenu de la forte orientation « randonnée (à la journée, itinérante) et sports outdoor de montagne (alpinisme, escalade) » de sa stratégie, l'entretien du réseau d'hébergements d'altitude est indispensable. Ils sont un trait d'union entre l'homme et la pleine nature, et de plus en plus on y trouvera les clés pour comprendre l'environnement montagnard de haute altitude. Tout naturellement, la rénovation intégrale de l'emblématique refuge des Evettes et la rénovation continue des refuges du Parc national de la Vanoise (accès à l'eau potable, assainissement, énergie, isolation, aménagements pour le confort des visiteurs et des gardien.nes...) s'inscrivent dans le plan d'actions 2021-2027. Tout nouveau projet de rénovation de refuge qui émergerait dans les années à venir serait de fait intégré à la stratégie.

Enfin, pour la période 2021-2027, la destination Haute Maurienne Vanoise se fixe également comme objectif de mieux accueillir les campings-cars en identifiant de aires de stationnement et de services et en organisant l'information. Il s'agit de limiter l'impact environnemental et paysager du camping-carisme et de booster la consommation locale des camping-caristes.

Dans le respect de l'environnement et des populations locales, on viendra en Haute Maurienne Vanoise pour... se blottir sous une couette douillette et regarder par la fenêtre.

Organiser et favoriser une mobilité fluide et renouvelée

Dans son récent bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France, l'ADEME pointe clairement la mobilité comme le 1^{er} émetteur de CO2.

La mobilité vers et depuis la destination est l'activité touristique la plus polluante des séjours, avec 68% des émissions totale, et la mobilité sur place représente 6% des émissions.

Diminuer le bilan carbone de la mobilité vers la destination nécessite de mettre en place des mesures incitatives et une offre de mobilité sur place qui permette de se déplacer facilement. Par ailleurs, développer, conforter et pérenniser les services de mobilité sur place permet aux acteurs touristiques et plus largement à la population locale de progressivement abandonner la voiture individuelle.

L'approche doit donc être globale et tenir compte d'une tendance sociétale forte : les nouvelles générations en milieu urbain n'aspirent pas particulièrement à devenir propriétaire de leur voiture et ne voient plus le permis de conduire comme une nécessité. Cela correspond à leur conscience environnementale (mouvance du « flygskam ») et de fait, elles sont sensibles à la responsabilité environnementale des destinations qu'elles fréquentent. Les territoires de montagne ont le choix : fermer les yeux ou s'adapter. Un bon nombre d'entre eux choisissent de s'adapter, avec plus ou moins de réussite, car il subsiste des freins intrinsèques au déploiement de l'écomobilité en montagne (climat, territoires étendus, routes de montagne, distances, etc.). La Haute Maurienne Vanoise fait partie de ces territoires « moteurs » (!).

Pour la période 2021/2027, ses objectifs sont les suivants :

- Tendre à devenir une destination de montagne écomobile et être reconnue comme telle ;
- Augmenter la proportion de visiteurs venant sans leur voiture individuelle ;
- Parmi les vacanciers accédant à la destination en voiture individuelle, augmenter la proportion de visiteurs ne touchant quasiment pas à leur voiture individuelle pendant leur séjour ;
- Diminuer l'empreinte carbone liée à la mobilité vers et depuis la destination et sur place.

Pour favoriser l'accès à la destination par des moyens autres que la voiture individuelle, des incitations (nudge) doivent être mises en place. Par exemple, une négociation avec la SNCF doit permettre dans le cadre d'un package d'associer l'achat d'un billet de train à celui d'un pass mobilité à destination, ainsi que d'un forfait de ski pour l'hiver, ou un pass activités pour l'été, voire d'un hébergement. Une incitation au covoiturage de longue distance est également possible. Il convient de dédier de l'ingénierie à ces montages pour qu'ils soient possibles.

Par ailleurs, le maillage du territoire en bornes de recharge pour véhicules électriques permettra d'attirer et de sécuriser les clientèles, de plus en plus nombreuses, propriétaires de véhicules électriques, limitant ainsi le bilan carbone du déplacement domicile/destination pour des vacances en Haute Maurienne Vanoise.

Pour favoriser l'écomobilité à destination, c'est bien la combinaison de plusieurs modes de déplacement qui doit être proposée.

Depuis de nombreuses années en ex-Haute Maurienne Vanoise (Val Cenis, Bessans, Bonneval), un service de transports en commun porté par la Communauté de communes permet de relier les villages entre eux, et des services portés par les communes permettent de se déplacer à l'intérieur des stations en hiver et de rejoindre les départs de randonnée en été. Depuis la fusion des Communautés de communes ex-Haute Maurienne Vanoise et ex-Terra Modana au 1^{er} janvier 2017, c'est l'ensemble du territoire qui a été maillé en transports en commun, la Communauté de communes transportant les personnes en fond de vallée de Modane à Bonneval-sur-Arc, en complément des services de la Région, et les Communes transportant les personnes à l'intérieur des stations en hiver et vers les départs de randonnée en été. Cette expérimentation de 3 années est riche d'enseignements, enseignements qui serviront dans le cadre de la refonte du schéma global de déplacement prévue prochainement. Au-delà des éventuelles évolutions à apporter sur le plan de réseau et les grilles horaires, pour stimuler l'utilisation des transports un commun la billettique doit être repensée en mode digital, le système de réservation doit être fluide et fiable, la politique tarifaire doit être homogène et l'information et la distribution doivent être réorganisées (par exemple, informer le personnel d'accueil des grands hébergements, et, tant que les titres de transports seront au format papier, mettre en place un système de dépôt/vente des titres de transports chez ces grands hébergeurs).

Mais l'écomobilité ne tient pas uniquement aux transports en commun. Le schéma global de déplacement élaboré dans le cadre d'une large concertation locale prévoyait notamment le développement du covoiturage, la sécurisation des itinéraires à vélo et la mise en évidence des cheminements piétons.

Malheureusement le temps passé sur l'organisation des transports en commun n'a pas réellement permis d'avancer sur les autres volets de l'écomobilité, qui sont donc toujours au programme pour 2021-2027.

Si, en 2017, le schéma global de déplacement se concentrait principalement sur les saisons touristiques hivernales et estivales, aujourd'hui la volonté est de travailler un schéma global de déplacement qui porte sur toute l'année, (printemps, été, automne, hiver) et corresponde aux engagements du territoire en faveur d'un tourisme 4 saisons.

L'évolution du nombre de vacanciers venant sans voiture individuelle, ou laissant leur voiture individuelle de côté pendant leurs vacances permettra de mesurer l'impact de la stratégie en matière de mobilité.

De même, l'évolution de la fréquentation des transports en commun et des autres dispositifs de mobilité permettra de mesurer l'évolution du caractère écomobile de la destination.

Dans le respect de l'environnement et des populations locales, on viendra en Haute Maurienne Vanoise pour... se la rouler douce.

Promouvoir et commercialiser la destination Haute Maurienne Vanoise

Pour la période 2021/2027, la toute première action en matière de marketing consistera à décliner la vision du tourisme à horizon 2030 dans la stratégie marketing. Être, ou vouloir être, une destination alpine à la pointe du développement durable, c'est bien, communiquer cette volonté aux visiteurs, c'est mieux, et à vrai dire tout à fait indispensable.

Tout en étant maître d'usage du territoire, l'humain est le maître d'ouvrage de la transformation, qu'il soit habitant, partenaire touristique ou visiteur.

Les clientèles actuelles de la destination Haute Maurienne Vanoise et des stations qui la composent sont particulièrement sensibles à la protection de l'environnement, à la notion de destination responsable, de tourisme durable. Il est possible, grâce à une stratégie marketing en cohérence avec la vision du tourisme à horizon 2030, d'attirer encore davantage de clientèles sensibles à ces sujets et à la recherche de destinations qui prônent un développement touristique raisonné.

La Haute Maurienne Vanoise s'oriente ainsi vers une « stratégie marketing durable », concept à inventer s'il n'existe pas encore. En travaillant en mode expérience client, et donc en adressant des offres « designées » à des profils-types de clientèles bien identifiés (personas) via les bons canaux, il est possible d'aller chercher des clientèles de proximité ou de relative proximité, de travailler différemment les mois de janvier et mars des périodes de vacances scolaires, de faire émerger la collection printemps/automne, mais aussi de capter des télétravailleurs nomades. Il y a là un changement de paradigme à opérer.

Le volet digital de la communication aura toute sa place dans la future stratégie marketing. Il en est même un facteur-clé de succès, dans la mesure où il permet de s'adresser plus facilement et plus directement à un public-cible.

La stratégie marketing 2021/2027 devra impérativement contribuer à accroître la fréquentation de la destination Haute Maurienne Vanoise tout en l'étalant sur l'année et en séduisant des clientèles en phase avec les enjeux identifiés pour l'avenir du territoire.

Piloter la destination Haute Maurienne Vanoise

Piloter la destination Haute Maurienne Vanoise, c'est d'une part mettre en cohérence les actions menées dans les différents secteurs de l'écosystème touristique afin de simplifier le parcours-client, d'autre part accompagner la transition et l'innovation, et enfin, gérer les ressources, humaines notamment, conforter l'organisation touristique en place, suivre les projets et évaluer la stratégie.

Pour simplifier le parcours-client il est prévu de sensibiliser voire de former les équipes à l'expérience client, de mettre en place des relais d'information touristiques chez les socioprofessionnels du tourisme, de créer un point d'information mobile, et d'améliorer l'accueil et l'information anglophone des clientèles étrangères.

Pour accompagner la transition plusieurs leviers seront actionnés simultanément et successivement sur la période 2021/2027 :

- Se doter d'un accompagnement éclairant, un peu « poil à gratter », portant un regard extérieur et critique sur la mise en œuvre de la stratégie 2021-2027 au regard des enjeux identifiés pour le développement du territoire ;
- Mettre en place un laboratoire territorial R&D ouvert à tous, permettant de stimuler et valoriser les innovations ;
- Définir et mettre en œuvre un plan de professionnalisation des acteurs publics et privés en adéquation avec la vision du tourisme à horizon 2030 ;
- Mieux accueillir les populations saisonnières, notamment en ce qui concerne le logement, et leur donner l'envie et de bonnes raisons de s'installer plus durablement sur le territoire ;
- Se mettre en mouvement pour préparer l'avenir en se dotant d'un outil permettant de quantifier la fiabilité de l'enneigement à diverses échéances et en réalisant une démarche prospective à long terme ;
- Observer l'évolution de l'activité touristique (aspects quantitatifs et qualitatifs), l'évolution de l'impact du tourisme sur l'environnement et sur le bilan carbone, l'évolution des ressources environnementales ;
- Communiquer localement et régulièrement sur les actions menées pour favoriser l'appropriation.

Parce qu'une méthodologie rigoureuse est un facteur-clé de succès de la stratégie touristique Haute Maurienne Vanoise 2021-2027, le suivi des projets sera assuré régulièrement, les indicateurs d'évaluation devront être renseignés et la stratégie globale sera pilotée par le Comité Stratégique de Destination qui se réunira 1 à 2 fois par an.

Le pilotage de la stratégie touristique sera interfacé avec le pilotage de la stratégie de développement territoriale plus globale, définie dans le cadre d'Eccho 2030 et qui vise le renforcement des revenus productifs exportateurs et de l'économie résidentielle, l'amélioration du bien-être des populations locales, tout en s'appuyant sur et en valorisant les ressources environnementales.

