



TERRITOIRE ARVAN-VILLARDS

Perspectives 2020

DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Atelier 2 « Projet de territoire » - 31 mars 2015



SIVAV (syndicat mixte)

82, avenue des Clapeys - 73300 Saint Jean de Maurienne

Tel: 04.79.64.09.38 - Fax: 04.79.83.22.23 - clairepinel.sivav@wanadoo.fr

Participants :

Bernard Covarel	Président	SIVAV
Colette Charvin	Vice- Présidente	SIVAV
Gilbert Derrier	Vice-Président	SIVAV
Jean-Michel Reynaud	Maire	Albiez le Jeune
Florian Pernet	Adjoint	Albiez le Jeune
Alain Dussud	Adjoint	Albiez le Jeune
Danielle Covarel	Adjointe	Saint Pancrace
Michel Brun	Adjoint	Albiez-Montrond
Michel Dietlin	Directeur	Agence Touristique Départementale Savoie
Edwige Dessemond	Chargée de mission	Conseil Général de la Savoie
Annick Renard	Agence immobilière des Arves	St Jean-St Sorlin d'Arves
Olivier Girard	Camping Col de la Croix de Fer	St Jean-St Sorlin d'Arves
Florence Petitguyot	Secrétaire de mairie	Saint Colomban des Villards
Françoise Bochu	Directrice adjointe	Office de tourisme de la Toussuire
Florian Bisschop	Chargé de mission	Massif Arvan-Villards
Pierre Deléglise	Directeur	Trans-Alpes
Benoit Dinnat	Chargé circuits courts	Syndicat du Pays de Maurienne
Georges Grumel	Réseau patrimoine	Fontcouverte- La Toussuire
Michelle Grumel	Réseau patrimoine	Fontcouverte- La Toussuire
Martine Ferroud	Réseau patrimoine	Saint Colomban des Villards
Marjorie Soler	Chargée de mission	Maurienne Tourisme
Julien Blanc-Coquand	Porteur de projet touristique	Les Bottières- Saint Pancrace
Isabelle Arbuz	Directrice	Office de tourisme de Saint Sorlin d'Arves
Pierre Exandier	Directeur	Office de tourisme du Corbier
Fabien Bonnaffous	Chargé du SCOT Maurienne	Syndicat du Pays de Maurienne
Colette Noraz	Secrétaire générale	SIVAV
Anaïs Truchet	Chargée de mission	SIVAV
Adrien Rochet	Chargé de mission APN	SIVAV
Claire Pinel	Chargée de mission	SIVAV

Excusés :

Marc Picton	Président	Communauté de communes de l'Arvan
	Maire	Jarrier
Nicolas Rideau	Chargé de mission	Région Rhône-Alpes
Laurent Deléglise	Directeur	SOREMET
Thierry Caron	Référent sentiers	Villarembert
Yves Mercier	Architecte conseil	CAUE Savoie
Evelyne Rostaing	Référente sentiers	Saint Colomban des Villards
Stéphane Pezzani	Référent sentiers	Saint Colomban des Villards
Jean-Marc Bordas	Référent sentiers	Saint Alban des Villards
Eric Vaillaut	Adjoint	Jarrier
Martin Schoch	Conseiller Maurienne	Chambre d'Agriculture de la Savoie
Christian Didier	Adjoint	Saint Sorlin d'Arves

La séance est ouverte par Bernard Covarel, Président du SIVAV, souhaitant la bienvenue à l'ensemble des présents et les remerciant pour la participation à cet atelier de travail numéro 2 du « Projet de territoire horizon 2020 ».

CONCLUSION DES ATELIERS DE REFLEXION

L'atelier 2 été composé de deux temps de travail. Le premier était un jeu de rôle et le second des tables rondes avec une question à chaque table.

I. LE JEU DE ROLE

Les participants du jeu de rôle devaient se projeter en 2025 et prendre la place d'un autre acteur du territoire en dehors de leur rôle habituel. Explicatif du jeu ci-dessous

Nous sommes en 2025, le massif Arvan-Villards est une destination familiale, les habitués apprécient l'ambiance conviviale de ses petites stations à 2h de plusieurs grandes villes. La fréquentation estivale a fortement progressé depuis 10 ans, celle de l'hiver reste stable mais de nombreuses activités ont vu le jour afin de répondre aux attentes des clients non-skieurs.

Votre mission : imaginez le tourisme de demain en Arvan-Villards qui réponde aux objectifs suivants :

- Valoriser les spécificités du territoire (productions locales, paysages,...)
 - Mobiliser les différents acteurs du massif
 - Faire vivre une expérience de la montagne au visiteur

Mettez-vous dans la peau d'un des acteurs suivants (liste non-exhaustive).

Vous ne devez pas jouer votre propre rôle:

- Elu
- Directeur de l'office de tourisme
- Responsable des remontées mécaniques
- Agriculteur
- Encadrants (brevet d'état) d'activités de nature/loisir
- Hébergeur
- Artisan/artiste
- Restaurateur,
- Responsable d'un musée, président d'une association culturelle locale
- Commerçant
-

RESUME EN 5 POINTS :

1. **Création d'un Office de Tourisme Intercommunal**
2. **Développement des 4 saisons touristiques et locales** : propositions d'activités indoor (stages artisanat, cuisine, etc.) et dynamisation des commerces toute l'année
3. **Flexibilité dans la construction et lors des séjours** : mobilité (navettes, vélib, VTTlib), réservation, mise en place de services, etc.
4. **Valorisation des produits locaux** : activités à la ferme, création de fermes auberges
5. **Restaurer le tour de Pays** : circuit, création de refuges

Groupe 1 :

Qu'est-ce qui est proposé au touriste durant toute l'année ? Quelle est l'ambiance du Massif ? Quels sont les éléments constitutifs de l'offre touristique ? Quelles sont les activités qui ont permis d'augmenter la fréquentation touristique ?

Les activités proposées toute l'année sont : stages d'art/artisan, stages de cuisines et randonnée/marche et circuits

L'ambiance recherchée : Nature, famille, sport

L'offre doit être étoffée grâce aux agriculteurs, restaurateurs et par tous.

Pour augmenter la fréquentation.

- Moyens techniques à mettre au point : installer le haut débit sur tout le massif, la radio et la télévision
- Mieux étaler les vacances : modifier le calendrier scolaire l'hiver et l'été

Propositions :

- Mise en place de circuits avec des passages chez des artisans : stage/atelier toute l'année qui n'est pas tributaire de la météo
- Utiliser davantage les produits locaux : exemple : le colporteur pour le beaufort
- Faire des stages et ateliers de cuisine en lien avec l'office de tourisme, une association et les réseaux sociaux
- Modifier les horaires d'ouverture des commerces et proposer des produits locaux
- Mettre en place une application gps intégrant un guide touristique audio qui se déclenche dans les voitures lors de l'arrivée sur le territoire
- Créer une radio Arvan-Villards : radio spatule
- Créer un seul office de tourisme sur tout le massif avec des antennes dans toutes les communes
- Aménager de bonnes voies d'accès routes et chemins
- Installer un musée haute-technologie
- Mettre en place un système de portage des bagages
- Elaborer des circuits (randonnée ou en VTT) et créer des fermes auberges (comme dans les Vosges)
- Mettre en place des bornes vélib et VTT
- Développer le trek et le trail sur le Massif
- Remise à niveau d'un GR ou d'un tour de pays
- Demander à toutes les communes la mise en place du label famille plus

Imaginer un slogan : Arvan-Villards : famille et nature

Définissez les 2 axes de communication phares : Ambiance « famille, sport et nature » et « facile d'accès »

Groupe 2 :

Qu'est-ce qui est proposé au touriste durant toute l'année ? Quelle est l'ambiance du Massif ? Quels sont les éléments constitutifs de l'offre touristique ? Quelles sont les activités qui ont permis d'augmenter la fréquentation touristique ?

- Un tourisme 4 saisons
- Construire des packages tout compris : activités et services
 - o En s'appuyant sur de bonnes complémentarités : par exemple restaurant / balade cueillette

- Mettre en avant la diversité des fermes, faire des dégustations : chaque sous-secteur du massif est spécialisé sur un type d'exploitation (vaches laitières, brebis...)
- Intégrer dans les produits des activités culturelles
- Une ouverture des remontées mécaniques l'été 7 jours /7 pour les activités VTT, randonnée, autres activités de montagne...
- Une grande flexibilité dans les périodes (il n'y a plus de rythme semaine) pour répondre aux besoins des touristes, par exemple : louer 1 appartement 3 jours et 2 appartements les 3 jours suivants, car des gens du groupe viennent les rejoindre.
- Un tourisme pensé pour les locaux aussi (par exemple l'hiver, dans les stations, aucune animation les week-ends à part les pots d'accueil du dimanche soir!)
- Une coordination touristique très aboutie grâce aux outils numériques, les commerçants se relaient en intersaisons pour garantir une ouverture minimale en permanence. Les commerçants et les RM sont informés par les hébergeurs et l'OT des réservations, ce qui permet d'anticiper. Comme c'est un coût pour les RM et commerçants d'ouvrir, ils joueront le jeu si il y a des garanties sur les réservations.
- Une mobilité accrue grâce à des navettes inter stations en mettant en avant les spécificités de chacune des stations. Les gens se déplacent en toutes saisons en fonction des activités proposées. Avec un enneigement capricieux, certaines stations s'équiperont de revêtement synthétique ou d'enneigeurs performants (qui produisent même en cas de température plus élevée). De même, proposer des itinéraires pour favoriser la mobilité douce (exemple entre Albiez et le Sappey, créer un itinéraire en balcon pour du VTT électrique, avec en route des lieux d'hébergement...).
- Une seule communauté de communes et un seul OT, qui coordonne une centrale de réservation, qui gère bien son parc, évite les lits froids.

Slogan : cliques ta montagne

Axes de communication : Souplesse et réactivité pour un fonctionnement toute l'année et découverte

Groupe 3 :

Qu'est-ce qui est proposé au touriste durant toute l'année ? Quelle est l'ambiance du Massif ? Quels sont les éléments constitutifs de l'offre touristique ? Quelles sont les activités qui ont permis d'augmenter la fréquentation touristique ?

Propositions :

- Développement des circuits courts avec la création d'auberge à la ferme ou de ferme auberge
- Proposer une offre touristique toute l'année avec une démarche collective de territoire
- Utiliser les énergies renouvelables pour les remontées mécaniques
- Proposer des offres remontées mécaniques et agriculture en été
- Trouver le financement et les accords des communes pour un funiculaire et des voitures électriques, utilisables par les touristes et par les locaux
- Création d'une amicale des commerçants et restaurateurs pour qu'il y ait un roulement et l'ouverture de commerces à l'année (roulement intersaison)
- Aide à l'installation des jeunes commerçants (boulangers, agriculteurs, autres) afin de créer une vraie vie locale
- Création d'une boutique des producteurs
- Réinvestir dans les sociétés de remontées mécaniques (modèle autrichien) ou demander aux remontées mécaniques d'investir dans les activités estivales et hivernales hors ski

- Organisation de séjour tout compris pour les séniors (changer de cible touristique)
- Changement dans les façons de travailler : développer le télétravail

Slogan : Arvan-Villards : l'expérience montagne

Axes de communication : Un territoire pour vous, par vous, toute l'année et dynamique collective de territoire au service des visiteurs

II. LES TABLES RONDES

1. En 2025, l'Arvan-Villards doit créer une nouvelle affiche de communication, comment l'imaginez-vous ? Quels éléments voyez-vous sur l'affiche ?

Les éléments forts du territoire

- **Aiguilles d'Arves** Et d'Argentières
- **Herbe et Neige**
- **Une vache**
- **Un Opinel dans une meule de Beaufort**
- **De la randonnée, du ski, du vélo**
- Accueil à la ferme
- Un ancien avec une canne
- Une boucle, un circuit
- Un Mauriennais souriant
- Costume, clocher de village avec l'aigle de la Maurienne
- Des fleurs, récolte champignons, myrtilles
- Une personne à vélo, skis aux pieds, habillé en peau de vache avec des roues de Beaufort : éléments authentiques

Les couleurs prédominantes

- Vert de l'herbe
- Blanc de la neige
- Jaune du soleil
- Bleu du ciel, des torrents, des lacs
- Dégradé des Aiguilles blanches en vertes

Le format approprié : le numérique et l'interactif

- Une affiche en 3D, interactive en version numérique. **Quand on passe le doigt sur l'affiche suivant l'image touchée, les topos guides apparaîtront, ou la liste des visites à la ferme, les horaires et tarifs d'une salle de sport, etc.**
- Un puzzle ou les personnes déplacent les cases afin de découvrir une affiche.
- **Une affiche qui apparaît automatiquement, connectée aux envies des clients grâce aux smartphones et des données de navigation enregistrées.**
- Une communication via des lasers dans le ciel qui peut permettre de dessiner des personnages
- La reconstitution moléculaire avec des odeurs qui pourraient être envoyées sur les portables
- **Une affiches avec des personnages en vacances qui lorsque l'on clique dessus qui transporte la personne à la place des personnages et vit les activités à travers leurs yeux : réalité augmentée. Ce fonctionnement peut être le même avec l'ensemble des membres de la famille. Membres pratiquant les activités dans une vidéo et ce grâce aux photos récupérées dans les différents profils**

- Une version « autocollants » (comme Corsica Ferry), qui se collerait partout, installé dans tous les commerces, remontées mécaniques, offices de tourisme.... La même charte graphique identique à l'ensemble des structures du Massif. Avoir une propre identité et tout de même se rattacher à une vision globale, déclinaison logique Maurienne
- Utilisation d'un drone qui fera le tour de l'Arvan-Villards et pourra être utilisé pour nous permettre de nous localiser
- Une projection en contact direct avec un agent hologramme, qui sera l'ami des vacances et qui guidera le vacancier.
- « Fais ton affiche ». Une liste d'activité à pratiquer, de décors, de personnages etc... et l'internaute sélectionne afin de créer une affiche dont il sera la star

2. Nous sommes en 2025, vous passez vos vacances en montagne, quelles sont les activités qui ont fait que vous avez choisi cette destination ?

Activités sportives :

- **Ski**
- **VTT** : création d'une boucle ludique et qui ne nécessite pas les remontées mécaniques
- **Baignade – piscine – plan d'eau. Espace aquatique et cure bien être**
- **Marche**
- **Activité mobilité douce**
- **Activité nature sans engin motorisé**
- Plongée sous glace
- Saut à l'élastique
- Héliiski
- Randonnée haute montagne / alpinisme
- Pêche
- Ski Joering
- Equitation – sport équestre
- Parapente
- Speed riding
- Tyrolienne géante
- Canyoning
- Cyclo / grands cols

Activités contemplatives :

- **Admirer** - profiter des paysages – du calme – du repos => sérénité. Retrouver tous les éléments : air pur / montagne / eau ...
- **Cueillette** champignons / myrtilles
- **Photographie** : ressort de nombreuses fois, encadrée via des stages ou en solitaire, mais immortaliser les paysages du territoire
- Renouer avec des activités et des **expériences de notre enfance** : rapport à l'imaginaire, bataille de boule de neige, bonhomme de neige et luge

Activités – programme culturel :

- **Stage d'artisanat, de musique**
- Etude de la **faune et de la flore** par le biais de stage **botanique** par exemple
- Trancher avec le quotidien : retour aux sources.
- Stage d'astronomie – nuit des **étoiles**
- Evènement lié au pastoralisme, au **folklore**, au terroir – découverte du patrimoine.
- Aéromodélisme
- Concerts – animations et festivals.
- Etape du Tour de France

- « Sentier pieds nus – sentiers des senteurs »
- Gastronomie et dégustation des produits locaux.

Autres :

- Dormir sous les étoiles : tentes ou refuges...
- Possibilité de vacances sans voiture
- *Rupture avec le quotidien*
- *Facilement loin de tout : hors zone de ville / sans lumière / au calme.*

3. En 2025, quels sont vos principaux critères de sélection pour juger la qualité de service d'une destination touristique ?

Destination modulable, souple, et adaptable = convenienc e d'organisation du séjour

- **Exemple = sur un même séjour – plusieurs groupe de clientèle sur des durées de séjour différentes**
- **Adaptée à toutes les clientèles (seniors, familles, jeunes etc.)**
- Prise en charge complète de la clientèle touristique. Présence d'équipements adaptés pour toutes activités sur les différents villages/stations. Les services à la personne doivent être également pris en compte (poussettes, déambulateur).
- **Possibilités de réserver l'ensemble des prestations en amont du séjour** (hébergement, forfait, matériel, activité). Evolution de la notion de package
- Facilité et confort avant, pendant et après le séjour.
- Un site internet ergonomique qui permet de trouver l'information désirée et personnalisée très facilement et de réserver.
- Amélioration des transports et des temps de trajet pour se rendre dans la destination
- Proposer de nombreuses activités accompagnées et proposer l'élaboration de séjour à la carte.

Destination à forte puissance évocatrice = Pays des Aiguilles !!! Identité commune au territoire !

- Cadre agréable
- Cadre spectaculaire
- Création d'évènements ou de produits spécifique afin de répondre aux attentes de groupes partageant une même identité (jouer sur la notion d'ambiance d'une destination)
- Recherche de dépaysement et d'une destination non polluée avec un environnement de qualité.
- Destination originale

Maintenir les éléments tangibles de notre territoire

- **Maintenir et développer la gastronomie locale**
- **Préserver l'authenticité et favoriser les relations avec les locaux**
- Accueil : tous les prestataires sont des ambassadeurs de la destination
- Préserver un environnement de qualité.

Développement de nouvelles activités

- **Développer les activités culturelles** (stages, cours, expositions, évènements etc.)
- Activités encadrées sur différents thèmes.
- **Services annexes (transport – soin – vie quotidienne etc.)**

Amélioration de la qualité globale de la destination

- **Le classement et les avis des autres touristes permet le choix de la destination (bouche à oreille - Tripadvisor etc)**
- **Travailler le rapport qualité / prix**
- Le prix reste un critère important de sélection
- Qualité des hébergements et des autres prestations : Améliorer la labellisation et diminuer le nombre de label afin de clarifier l'action
- Adopter de manière globale des critères de qualité pour l'accueil (ex : label famille +)
- Remboursement en cas de mauvaise météo
- Travailler l'aspect convivial de la destination pour la clientèle enfant