

CHAMONIX-MONT-BLANC

SERVOZ - LES HOUCHES - CHAMONIX-MONT-BLANC - ARGENTIÈRE - VALLORCINE

LES ENGAGEMENTS DE LA DIRECTION

“La qualité n’est pas une action – c’est une habitude.” – **Aristote**

I. Bilan période 2018 à 2022

La période 2018 à 2022 a été marquée par la gestion de la crise COVID, le renouvellement de la marque Qualité Tourisme, la mise à jour de la convention d’objectifs avec sa feuille de route et la modernisation des statuts et règlement intérieur. En parallèle, les services se sont concentrés sur le confortement du positionnement de l’Office de Tourisme comme premier apporteur d’affaires du territoire, sur l’accélération de la numérisation de l’activité et sur le renforcement du système d’information. Parmi les principaux enjeux, on retiendra également la définition et le déploiement de la plateforme de marque « Chamonix-Mont-Blanc », l’intervention de la structure en qualité d’organisateur d’événements majeurs et la prise de position d’animateur de démarches transversales à l’échelle de l’ensemble du Pays du Mont Blanc. Sur cette période, l’Office de Tourisme a aussi renforcé son rôle d’assistance auprès des collectivités sur les sujets de développements et de programmations.

Ainsi, l’Office de Tourisme s’est engagé sur les objectifs et projets suivants pour améliorer la qualité produite auprès de l’ensemble de son environnement :

1. *Liens avec la collectivité :*

- Mise à jour des statuts révisant les représentativités au Comité de gestion pour permettre aux communes de faire siéger des conseillers municipaux dont la compétence est liée à l’activité touristique (communication, vie associative, culture, sports...).
- Définition d’une nouvelle feuille de route issue d’ateliers de concertation élus et socio-professionnels. Elle vise à détailler l’ensemble des services produits par l’Office de Tourisme pour le compte de la collectivité et les nouveaux enjeux de développement notamment au regard des contraintes climatiques.
- Intervention du personnel de l’Office de Tourisme sur les questions de préservation des espaces naturels, de gestion durable du territoire, d’observation touristique élargie, de financements participatifs (fond de dotation), d’animation des démarches de labellisations (Flocon Vert, Famille+), de la marque Qualité Tourisme, et de programme de financements (Espaces Valléens, FEDER).
- Interfaçage Apidae des principaux sites web des collectivités et remontées des saisies dans chamonix.com permettant de fournir une information actualisée et complète de la destination.

- Présence de l'Office de Tourisme dans les instances délibératives Chamonix Développement et Compagnie du Mont-Blanc.

2. *Liens avec les professionnels de la vallée :*

- Rédaction d'un nouveau règlement intérieur et mise à jour des conditions d'adhésions.
- Définition d'une stratégie « d'animation des socio-professionnels ».
- Déploiement d'un logiciel de gestion des adhésions.
- Communication des bilans statistiques.
- Systématisation des visites d'établissements par le service accueil et les services commerciaux avec envoi systématique des informations (contacts, photos...) à l'ensemble du personnel).
- Durant la crise COVID, communication des dispositifs de soutiens et réunions d'information des plans d'actions de sortie de crise déployés par l'Office de Tourisme.
- Mise à disposition en téléchargement des contenus produits par l'Office de Tourisme pour ses campagnes de communication.
- Interfaçage de l'outil de réservation avec l'ensemble des systèmes Channel manager ou PMS des partenaires (hôtels, module meublés, module activité, ESF, loueurs de ski...).

3. *Liens avec la clientèle :*

- Déploiement d'un système d'information numérique sur le territoire (Bornes information voyageurs, écrans lumineux, webcams)
- Développement d'une nouvelle plateforme destination avec navigation assistée par intelligence artificielle et nouveaux services : calculateur d'itinéraires transport en commun, chat, carte sentiers interactive, achat forfaits et navettes, nouvelle boutique en ligne...
- Acquisition d'un outil de Gestion de la Relation Clients.
- Définition d'une nouvelle plateforme de marque et d'une stratégie personas pour structurer une meilleure compréhension du territoire par les clients et avoir une connaissance fine de nos clientèles.
- Développement d'un nouvel outil de réservation en ligne proposant l'ensemble de l'offre vallée : hébergements, activités, forfaits, cours de ski, locations...
- En sortie de crise COVID, déploiement d'une stratégie d'enrichissement de l'expérience clients avec les opérations « Village Vacances Grandeur Nature » et « Cours de ski Offerts ».
- Développement des budgets d'animations et de soutiens aux événements.

4. *Liens avec les Offices de Tourisme du pays du Mont Blanc :*

- Organisation et animation des présences salons (Grand ski, Salon Vert de Liège, Salon des Vacances de Bruxelles, London ski Show...).
- Maîtrise d'œuvre dans le cadre d'un groupement de commande pour le développement d'une solution commune de réservation (Orchestra).

5. *Animation démarche qualité*

- Mise en place des questionnaires centrale de réservation, service groupes, bureau des congrès et service animations. Débriefing orale systématique à l'issue de chaque séjour pour les services groupes et congrès.
- E-réputation service accueil stabilisée entre 4 et 4,3.
- Taux de réponse aux réclamations de 75%.
- Groupe Qualité Destination élargi aux sujets vallée : signalétiques, organisation parcours clients, transports...
- Réalisation d'une auto-évaluation de l'ensemble de nos services.

II. Objectifs 2023-2028

A l'issue d'un travail de rationalisation et de priorisation réalisée avec les élus du territoire et les professionnels, une feuille de route a été structurée autour de 5 axes définis dans le schéma ci-dessous :



Ce schéma fait écho aux enjeux suivants retenus par les participants :

ENJEU 1 : Le contexte Covid

Après une année 2020 marquée par le contexte sanitaire et économique, la Vallée de Chamonix Mont-Blanc se retrouve confrontée aux nouvelles données du tourisme national et mondial : digitalisation de l'expérience client, préoccupation écologique croissante de la part du touriste, consommation de vacances en proximité, flexibilité des conditions de séjours. La Vallée doit de ce fait adapter son offre touristique.

ENJEU 2 : L'impact du réchauffement climatique sur le tourisme

Les impacts du réchauffement climatique imposent de repenser maintenant le modèle économique de demain en Vallée de Chamonix Mont-Blanc : moins de jours d'enneigement, une diversification de l'offre touristique, un rééquilibrage entre les saisons...

ENJEU 3 : La fréquentation touristique

Il devient impératif de penser un tourisme plus respectueux de la qualité de vie des populations locales et d'envisager un lissage de la fréquentation à l'année. L'enjeu est également de poursuivre le développement du chiffre d'affaires de l'économie touristique, tout en diminuant la pression sur les volumes de fréquentation.

ENJEU 4 : La gestion durable du territoire

La gestion durable du tourisme dans la Vallée de Chamonix n'est plus une option. Avant de penser séjours, c'est une nouvelle vision qu'il faut réinventer (équipements, financements, cadre réglementaire, gouvernance...).

L'ensemble de ces éléments dictent désormais une nouvelle vision de l'Office de Tourisme qui doit passer d'un positionnement de promoteur/vendeur de la destination à un statut de gestionnaire de l'expérience clients/habitants.

I. *Élargir l'évaluation de la satisfaction à l'ensemble de l'activité du territoire :*

- Systématiser l'envoi d'un questionnaire post-séjour aux clients de la base CRM.
- Recenser les établissements qui administrent un questionnaire de satisfaction et remonter les éléments qui concernent la vallée pour consolider une observation élargie.

II. *Mieux concilier développement touristique et qualité de vie des populations locales :*

- Constituer un fichier « habitants » dans la base CRM et systématiser les informations de la vie de la vallée (animations, informations pratiques événements, nouveautés...).
- Informer la population sur les efforts mis en place par les organisateurs d'événements pour diminuer les impacts.
- Construire avec les organisateurs d'événements une observation de la perception et de la connaissance des manifestations par les habitants afin de diminuer les sujets d'insatisfaction.
- Multiplier les prétextes d'information sur les bénéfices de l'activité touristique sur le territoire (fiscalité, emploi, chiffre d'affaires...)
- Construire un observatoire élargi visant à objectiver la pression touristique sur le territoire.

III. *Amélioration de la connaissance de l'activité vallée de Chamonix par les socio professionnels de la destination :*

- Réunions de lancement de saison.
- Application stratégie animation socio-professionnels.
- Création newsletter d'information vallée.
- Développement du lien avec la communication collectivité (réseaux sociaux, magazine, site web...).
- Transmission et présentation bilans statistiques.

IV. *Grâce à son action, l'Office de Tourisme a augmenté de manière sensible l'adhésion des socioprofessionnels autour de la structure. L'objectif est de donner une meilleure vision des actions, de développer les actions collectives et d'améliorer la connaissance par le personnel de l'Office de Tourisme des prestations proposées :*

- Objectif de 3 jours de visites d'établissements chaque année.
- Mobilisation systématique de plusieurs partenaires sur les salons.
- Amélioration du retour des actions presse notamment auprès de ceux concernés par les publications.
- Création de commissions thématiques.
- Modernisation des outils afin d'automatiser la relation commerciale.

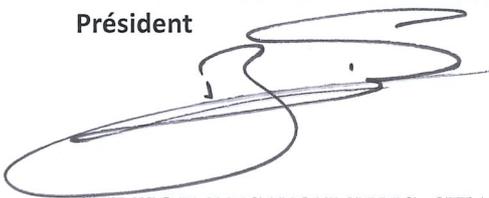
V. *L'Office de Tourisme doit stimuler et accompagner les initiatives en faveur d'un tourisme plus durable :*

- Valorisation des initiatives privées dans les fiches les concernant dans le site internet. Activation d'un critère APIDAE « engagements éco-responsables »
- Relayer les projets de la collectivité auprès des professionnels.
- Instaurer une logique de sensibilisation des professionnels sur les sujets prioritaires.
- Participer aux démarches de labellisation type Flocon Vert.
- Construire une mécanique de financements participatifs pour financer les efforts de chacun (fond de dotation, arrondi d'Euro)

Chamonix-Mont-Blanc, le 1^{er} février 2023

Stéphane BOIZARD

Président



Nicolas DUROCHAT

Directeur Général



SERVOZ-LES HOUCHES-CHAMONIX-MONT-BLANC-ARGENTIERE VALLORCINE

Engagements direction

02

01-2023