

CIMES

Infos

PAROLE D'ADHÉRENT AVEC
MICHEL GRAMBERT
MAIRE DE SELONNET - PAGE 4

N°19 AVRIL-JUIN 2013

D'UN MOT...



Ensemble !

La montagne a de quoi séduire tous les publics l'été, grâce à ses atouts naturels, à de nombreux équipements sportifs et de loisirs et aux multiples événements organisés par les stations. L'ANMSM croit fermement à ce potentiel et cherche ainsi depuis longtemps à faire découvrir ou redécouvrir sous d'autres angles, la montagne l'été.

C'est pourquoi les Maires de stations se réjouissent d'avoir été rejoints par les professionnels de l'hiver (DSF et SNMSF) pour la promotion de la montagne l'été ! Sous l'égide de France Montagnes, le collectif prend tout son sens. Ensemble, en mutualisant nos moyens, nous pouvons proposer de nouvelles opérations comme sur le Tour de France, le 18 juillet à L'Alpe d'Huez (lire notre Fiche sur l'événementiel d'été).

Reste maintenant à poursuivre nos efforts. Alors que 57% des Français se déclarent attirés par la montagne l'été, le taux de concrétisation est encore faible. Le chemin à parcourir sera long pour faire de l'été et des intersaisons de réels relais de croissance pour chaque station ! Mais les acteurs de la montagne mouillent le maillot !

■ Gilbert Blanc-Tailleur
Président de l'ANMSM

■ Le chiffre

54%

c'est la proportion d'Européens interrogés par Ipsos- Europ Assistance qui prévoient de partir cet été, soit le taux le plus faible depuis 10 ans. Ceux qui partent iront surtout en Europe et restreindront leur budget. Ce taux est en baisse de 4 points par rapport à 2012 et de 12 points comparé à 2011. Les Français seront 62% à partir, soit une baisse de 8% sur 2012. Moins des deux tiers resteront dans l'Hexagone, destination n°1 des Européens (18% des sondés).



FINANCES LOCALES

FPIC : préserver l'investissement local !

Pour maintenir le rang touristique de la France, les communes supports de stations réalisent de lourds investissements. Elles devront y renoncer en cas d'augmentation de leur contribution au FPIC.

Alors que les pouvoirs publics envisagent une multiplication par 5 des contributions au Fonds national de péréquation des ressources intercommunales et communales (FPIC) d'ici à 2016, l'ANMSM s'est penchée sur les comptes publics de ses adhérents.

Le premier bilan est sans équivoque : leurs capacités d'investissement seront gravement affectées par l'augmentation de ces prélèvements.

L'étude, menée sur un premier échantillon de quatre communes (Chamrousse, Gérardmer, Saint-Bon/Courchevel et Saint-Martin-de-Belleville) révèle que si leurs recettes sont plus importantes que celles de communes de même strate de population, elles doivent cependant aussi assumer des charges beaucoup plus conséquentes. Les résultats de cette étude, portant au total sur une vingtaine de collectivités, seront présentés à la rentrée. Il serait plus juste que le mécanisme du FPIC prenne en compte des critères permet-

tant de compenser les charges spécifiques liées en particulier à l'activité touristique, aux fortes variations de populations, à l'altitude et au climat.

Non pas que l'ANMSM dénie le principe de la péréquation. La solidarité, valeur des montagnards, est essentielle entre territoires.

Une situation financière fragile

Il ne faudrait cependant pas que le FPIC se révèle plus nuisible que bénéfique pour l'économie dans son ensemble. Un trop fort prélèvement fragilisera la situation des communes supports de stations de ski, qui ont à faire face à de multiples enjeux, alors que par ailleurs, les dotations des collectivités territoriales devraient être réduites.

A l'heure où l'activité touristique apparaît comme un relai de croissance et contribue au rayonnement de la France, l'ANMSM estime qu'il serait dommage de casser les ressorts des premiers investisseurs locaux que sont ses adhérents.

■ Il a dit



"Nos massifs montagneux constituent un patrimoine exceptionnel à préserver mais aussi à développer et animer. Je suis convaincu que la montagne a une carte à jouer" -

Jean-Marc Ayrault le 29 avril, lors d'un Conseil national de la montagne à Foix en présence des ministres Cécile Duflot, Marylise Lebranchu et Stéphane Le Foll ainsi que du Président du Sénat, Jean-Pierre Bel. Le Premier ministre a également déclaré vouloir *"accélérer le désenclavement des territoires (afin qu'ils) conservent cette capacité de faire émerger des entreprises performantes"*.

❄ Sécurité - L'International Snow Science Workshop (ISSW 2013) se déroulera pour la première fois en France cette année, du 7 au 11 octobre, à Grenoble dans le cadre d'Alpexpo. L'événement, qui vise à promouvoir les échanges entre professionnels de la montagne, pratiquants et chercheurs dans le domaine de la neige et des avalanches, existe depuis 1976. Organisé par l'ANENA, l'IRSTEA et le CEN, il abordera des thèmes comme la gestion de la neige, la protection par déclenchement artificiel, la réduction des risques, la gestion des accidents d'avalanches et secours, l'impact du changement climatique, l'écologie des zones enneigées ou encore la révision du risque d'avalanches. Pour en savoir plus : www.issw2013.com

❄ Sécurité - La norme AFNOR NF S 52-110 intitulée "Pistes de descente VTT - aménagement" est parue en avril. Elle résulte d'un long travail collaboratif auquel l'ANMSM a participé. Elle délivre les meilleures pratiques pour aménager les pistes de descente VTT en toute sécurité. Elle permet notamment d'harmoniser le niveau des pistes, de distinguer leur balisage de celui réservé aux pistes de VTT de randonnée et de mieux informer les pratiquants sur leur sécurité (début et fin de piste, sauts, échappatoire...). La norme est accompagnée de fiches techniques. Son contenu se trouve sur www.afnor.org

❄ Famille Plus - Trois nouvelles stations : L'Alpe d'Huez, Gérardmer et Méribel, ont obtenu le label Famille Plus. Leurs candidatures ont été acceptées lors du dernier comité de gestion le 22 mai. La labellisation de Val d'Isère a également été renouvelée pour trois ans. A ce jour, 115 stations sont labellisées, dont 45 sur le territoire Montagne. Cette année, le label a aussi conclu un partenariat avec le loueur automobile Avis. Pendant les vacances, Famille Plus s'associe par exemple à la diffusion du livret "Mon premier code de la route" qui sera distribué à 10 000 exemplaires dans les agences Avis accueillant des familles.

PAROLE DE PARTENAIRE

"Il faut continuer d'innover"

Président de la Commission permanente du Conseil National de la Montagne (CNM) depuis avril, le député Joël Giraud (Hautes-Alpes) répond à nos questions.

Pourquoi avoir postulé à la présidence de la Commission permanente ?

"Je souhaite que la spécificité de la montagne soit mieux prise en compte, en particulier dans les textes à venir. Que le CNM et les comités de massif soient représentés dans les Conférences territoriales et le Haut Conseil des Territoires. Il nous faut aussi être vigilants sur les questions de chefs de file, pour

le tourisme notamment. Il est une question économique majeure pour nous. D'une manière générale, le fait urbain risque d'être privilégié. Il faut rassembler les voix de la montagne, participer aux débats, se faire auditionner. Le texte sur l'égalité des territoires retiendra aussi notre attention".

Appartenez-vous aux déçus de la Loi Montagne ?

"C'est un texte fondateur. Mais le pouvoir, les champs de compétences des comités de massif ou du CNM doivent être renforcés. D'autres enjeux que ceux liés aux contraintes de relief et d'enclavement sont apparus. La montagne est

notre bien commun. C'est notamment le "Château d'eau" de la Nation. Sa gestion engendre de nombreux surcoûts. L'idée de solidarité doit continuer de faire son chemin.

Le tourisme doit être inscrit dans nos politiques publiques. Il faut réécrire la Loi, dans un contexte où Régions et inter-régions joueront un rôle majeur".



Joël Giraud : "J'encourage les stations à anticiper les défis énergétiques. Je sais combien elles ont déjà su faire preuve d'ingéniosité."

Quel message adressez-vous aux Maires de stations de montagne ?

"Je salue leurs initiatives en faveur de la renaissance des classes de neige. Je les encourage à anticiper les défis énergétiques. Je sais combien les stations ont su faire preuve d'ingéniosité. Il faut continuer d'innover. Je les invite à se tourner vers nos voisins pour transférer, mutualiser des savoirs faire et modes de gouvernance dans le domaine du tourisme et des remontées mécaniques. Je les invite aussi à faire part de leurs inquiétudes au CNM où siège l'ANMSM, qui participe régulièrement aux réunions de la Commission à titre d'observateur".

QUESTION/RÉPONSE SUR LA COMMUNICATION DU COMPTE-RENDU ANNUEL (DSP)

Un Maire peut-il communiquer à un administré le rapport que le délégataire du service public des remontées mécaniques doit fournir au concédant chaque année, au 1er juin, conformément à l'article L.1411-3 du CGCT ? La loi n°78-753 du 17 juillet 1978 portant diverses mesures d'amélioration des relations entre l'administration et le public pose le principe de la liberté d'accès aux documents administratifs. L'administration doit donc communiquer les documents entrant dans le champ d'application de la loi, parmi lesquels figurent les documents relatifs aux marchés publics. Une note conjointe de la Direction des



Affaires Juridiques (DAJ) et de la Commission d'accès aux documents administratifs (CADA), mise en jour en février 2013, rappelle les principes généraux de la transparence administrative et dresse une typologie des documents communicables. Ceux relatifs aux contrats de délégation de service public constituent des documents administratifs. Selon la CADA, ces documents doivent être communiqués à tout administré qui en fait la demande, à condition toutefois, de ne pas porter atteinte à la vie privée ou au secret en matière commerciale et industrielle, impliquant d'occulter certaines mentions avant communication.

Simplification des normes : les montagnards approuvent !

Publié le 26 mars, le rapport de la Mission de lutte contre l'inflation normative n'est pas seulement rédigé avec humour, les auteurs - Alain Lambert et Jean-Claude Boulard (1) - ayant émaillé leur travail d'anecdotes et d'aberrations réglementaires prêtant à sourire.

Ce document, qui suggère d'abroger certains textes et, plus généralement, de veiller à ce qu'ils ne "surprolifèrent" pas, fait aussi preuve de mesure. "Une société a besoin de normes mais il faut desserrer les freins et même accepter des espaces hors normes" recommande-t-il.

En matière d'hébergement, il pointe notamment les normes sur l'accessibilité des bâtiments aux personnes handicapés. Il cite une commune de Savoie confrontée à "une lecture intégriste du principe posé par la loi du 11 février 2005" qui s'est vue refuser un aménagement d'école au motif que les enfants handicapés auraient eu une entrée "différente".

Interrogé par Cimes Infos, Sylvain Frèche, président de la section ariégeoise de l'Association des gardiens de refuges pyrénéens, illustre l'inadéquation



Sylvain Frèche : "En montagne, rien n'est facile et tout est plus cher. Nous ne devrions pas être soumis aux mêmes textes qu'en vallée".

de certaines règles : "Dans nos refuges, nous avons l'obligation d'utiliser du matériel qui consomme beaucoup d'énergie. Or nous en manquons parfois. En montagne, rien n'est facile et tout est plus cher. Nous ne devrions pas être soumis aux mêmes textes qu'en vallée".

Des investissements souvent lourds

Ce rapport fait écho aux inquiétudes du groupe de travail de l'ANMSM sur la relance des classes de découvertes, présidé par Sylviane Grosset-Janin. La Maire de Megève constate que

nombre de centres d'hébergement agréés pour l'accueil des jeunes en montagne sont à l'abandon ou ne seront bientôt plus exploités, faute d'avoir été mis aux normes. Leurs propriétaires - parfois des collectivités territoriales - hésitent à réaliser des investissements souvent lourds et très coûteux selon la structure des bâtiments. Le groupe de travail souhaite faciliter une mise aux normes raisonnée et progressive de ces établissements.

(1) Respectivement Président du conseil général de l'Orne et Maire du Mans

FRANCE MONTAGNES - FAMILLE PLUS

Les stations de montagne labellisées Famille Plus : un formidable terrain de jeux l'été !

Pour la première fois cet été, les 45 stations de montagne labellisées Famille Plus et l'ANMSM organisent une campagne de communication. Objectif : faire découvrir aux

"mamans", de façon amusante et sur un ton décalé, les bienfaits et potentialités que la montagne offre aussi l'été aux familles et à leurs bambins.

L'opération repose sur le jeu-test en ligne "Envoyez balader vos enfants", joliment illustré par les blogueuses Astrid M et Isabelle C, adossé à la campagne de communication



de France Montagnes, organe de promotion de la montagne.

En 12 questions, chaque joueuse découvre si elle est plutôt maman "rock'n roll", maman "tweeteuse", maman "(presque) parfaite" ou maman "olympique".

Un tirage au sort désignera les 4 mamans gagnantes. A la clé pour chacune, un séjour d'une semaine en famille (hébergement, activités) à réaliser pendant l'été 2014 dans une station de montagne labellisée Famille Plus. Résultats en septembre. Jouez ou faites jouer vos amies jusqu'au 30 août - www.ete.france-montagnes.com

ON-LINE

✿ Réhabilitation - Plusieurs responsables d'associations d'élus de communes touristiques, dont Gilbert Blanc-Tailleur pour l'ANMSM, ont été reçus le 18 juin par Sylvia Pinel, Ministre du Tourisme. Le principe d'une concertation avant toute décision gouvernementale a été acté. Un groupe de travail "Montagne" centré sur des problématiques comme la réhabilitation de l'immobilier, la gouvernance, l'aide à la commercialisation, l'emploi saisonnier ou la petite et moyenne hôtellerie a ainsi été installé par la Ministre le 18 juillet. Gilbert Blanc-Tailleur a notamment insisté sur l'importance de la réhabilitation, demandant que la CDC n'intervienne pas que sur les stations où elle exploite les remontées mécaniques. Il a aussi proposé des pistes de réflexion : réforme de la procédure ORIL, fiscalité locale, création d'un bail touristique et de foncières...

✿ Développement durable - 5 ans après l'élaboration de la Charte en faveur du développement durable des stations de montagne, l'ANMSM dresse un premier bilan. Près de 2400 actions ont été mises en œuvre dans divers domaines par les 52 stations signataires de la Charte. Ce bilan, qui rappelle succinctement cette démarche, présente les perspectives pour l'avenir et les projets menés par 25 stations. Publié à l'occasion de la semaine du développement durable en avril, il a intéressé la presse. Si *Le Figaro* s'est centré sur les métiers de montagne qui "se dotent de compétences environnementales", *20 minutes* a préféré évoquer des stations "de plus en plus écolos". *Les Echos*, *Le Parisien*, *Le Dauphiné* ou *Media Terre* ont évoqué les 5 ans de la Charte. Ce bilan est disponible à la rubrique "Publications" du site www.anmsm.fr

✿ Classes de découvertes - Le concours "Classe de neige" organisé cet hiver par l'ANMSM avec son partenaire le Web Pédagogique a rencontré un beau succès. Une trentaine de classes ont adressé le blog-souvenir de leur classe de neige. A la clé, une 1/2 journée d'activité (balade en raquettes, cours de ski...) offerte par l'ANMSM lors d'une prochaine classe de neige dans l'une des stations membres de l'Association et des cadeaux pour les élèves. Ce sont les blogs de deux classes originaires de Paris et de Saint-Gilles-Croix-de-Vie en Vendée qui ont été primés.

Fêter l'agriculture



Cet été, la mairie de Bourg-Saint-Maurice/Les Arcs et son office de tourisme créent un nouvel événement : le Salon de l'agriculture de montagne, les 18 et 19 août.

Il s'agit d'offrir aux visiteurs une occasion de plus de venir dans la région, ou d'y rester plus longtemps. Les produits du terroir (fromages, vin, bière, volaille...) seront à découvrir au travers de 80 stands; les animations seront nombreuses.

"L'agriculture est un thème fort, souligne Marie-Ange Villien, responsable du Service des sports et des événements à la mairie. Il permet de revenir aux valeurs de nos territoires. On sent que les gens en ont besoin. De plus, ce projet est intergénérationnel, ce qui correspond aussi à une demande".

Valoriser le milieu agricole

Soutenu notamment par la Chambre d'agriculture, ce Salon aura aussi vocation à valoriser le milieu agricole local. Il trouvera place dans un été déjà fort de deux événements : un championnat d'Europe de canoë-kayak et un Festival de musique (40ème édition).

Les organisateurs attendent 15000 personnes. "Et nous devrions les atteindre aisément, estime Marie-Ange Villien. Nous avons beaucoup communiqué et nous avons sondé nos visiteurs avant de lancer ce salon".

Ce qui lui paraît important dans le cadre d'une préparation d'événement ? "Il faut être "carré" : bien s'organiser, disposer d'un rétro planning, une équipe compétente, un objectif. Sur ce point, la question est de choisir entre générer des retombées économiques ou médiatiques".

PAROLE D'ADHÉRENT

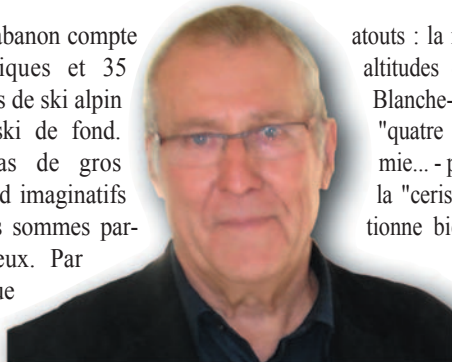
Michel Grambert, Maire de Selonnet

Depuis mai, l'ANMSM compte un nouvel adhérent : la commune de Selonnet, support de la station de Chabanon (Alpes du Sud). Son Maire fait le point sur l'actualité de

✿ ... **sa station** : "Chabanon compte 11 remontées mécaniques et 35 pistes soit 40 kilomètres de ski alpin et 25 kilomètres de ski de fond. Notre station n'a pas de gros moyens. Cela nous rend imaginatifs et solidaires mais nous sommes parfois en-deçà des enjeux. Par exemple, il faudrait que nous réaménagions notre second front de neige. Nous avons aussi beaucoup de lits "froids". Mais nous

nous battons pour trouver les solutions. C'est pourquoi nous avons rejoint l'ANMSM - l'union fait la force - ainsi que des labels comme les stations vertes ou celui des "stations-villages" du conseil régional. Cela nous apporte visibilité, référencement et fréquentation. Il faut fournir de nombreux documents mais l'appartenance à ces réseaux est une réponse. Nos socio-professionnels, qui me demandent souvent ce que nous faisons pour "faire parler" de la station, semblent apprécier".

✿ ... **son massif** : "Le massif est une dimension qui nous dépasse. Nous sommes dans le territoire touristique Alpes-Mercantour. Jusqu'à présent, nous raisonnions à l'échelle de nos vallées et de huit communes - dont 3 stations-village. Après plusieurs années de travail, nous avons créé un office de tourisme (que je préside) qui agit pour 19 communes. Ce territoire a des



Michel Grambert : "Une station qui fidélise, forme et héberge des "professionnels" marque des points".

atouts : la neige, le soleil, l'eau - le tout sur des altitudes de 600 à 2500 mètres. Son nom : Blanche-Serre-Ponçon. Nous visons une offre "quatre saisons" - vol libre, VTT, gastronomie... - pour laquelle, si j'ose dire, la neige sera la "cerise sur le gâteau". La promotion fonctionne bien même si, longtemps, les stations furent concurrentes. Nous voulons proposer une offre complète incluant ce qui fait notre quotidien : patrimoine, pastoralisme, forêts, produits distribués en circuit court... Les gens sont intéressés par ces aspects d'un terroir".

✿ ... **la montagne** : "Nous avons en France un beau territoire de montagne, qui n'est pas qu'un grand terrain de "jeux". C'est aussi une immense réserve naturelle, qui mérite d'être mieux promue. Il y a de la place pour un tourisme environnemental. Notre montagne a un autre défi à relever. Elle doit offrir des services de meilleure qualité, et dans ce registre, la question des saisonniers n'est pas assez abordée. Une station qui fidélise, forme et héberge des "professionnels" marque des points. Enfin, de plus en plus de touristes demandent à faire d'autres activités en hiver. Les découvrent-ils dans de bonnes conditions ? Met-on assez en avant les randonnées, les raquettes, le ski de fond ? Enfin, par des aménagements de front de neige, des kits abordables, ne pourrait-on pas aussi leur donner envie d'essayer ou de redécouvrir le ski ?"

A VENIR

- **24/09** : Bureau de l'ANMSM
- **25/09** : CA de l'ANMSM
- **26/09** : Séminaire de l'Observatoire des Stations de Montagne à Lyon Saint Exupéry
- **2/10** : Journée des coordinateurs de la Charte DD
- **10/10** : Rencontre annuelle des Observateurs du réseau Nivo météorologique, organisée par Météo France et l'ANMSM à Grenoble-Alpexpo dans le cadre du salon ISSW
- **14/11** : Séminaire national des référents Famille Plus



Cimes Infos est édité par l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne - 9 rue de Madrid- 75008 Paris - Tél. : 01 47 42 23 32
Directrice Générale : Christine Laymard - Comité de rédaction : Jean-Louis Le Bras, Laure Froissart, Tamara Mejias, Olivier Rival
Rédaction : Bruno Leprat - Réalisation : Roland Tchertoff
Email : bienvenue@stationsdemontagne.fr - Site de l'Association : www.anmsm.fr

Le Tour de France, vitrine de la montagne



Le 18 juillet, France Montagnes s'est associé à la 100ème édition du Tour de France.

Avec l'accord d'ASO, organisateur de l'épreuve, un peloton "France Montagnes", composé principalement d'une soixantaine de moniteurs de l'École du ski français, a ouvert la route aux "pros" lors de la 18ème étape. Ils ont grimpé les 21 lacets de la mythique ascension de L'Alpe d'Huez, où était déployé un "TIFO", drapeau humoristique géant de 400m2.

Faire le buzz

Des milliers de spectateurs ont assisté à leur performance. Depuis, les photos et les vidéos de la montée font le tour de la buzzosphère.

"Notre but est de démontrer les bienfaits de la montagne, et, en ce début de saison, de donner envie d'y séjourner cet été" indique Jean-Marc Silva, directeur de France Montagnes. L'initiative était d'autant plus pertinente que "le vélo prend de plus en plus d'importance en montagne, qu'il soit de route ou VTT, et demain, électrique".

La participation au Tour était le fruit d'une décision prise (et financée à part égale) par DSF, le SNMSF et l'ANMSM. Les organismes sont réunis, depuis fin 2012, dans une commission "Événementiel", sous l'égide de France Montagnes. En juin, ils avaient déjà soutenu une opération similaire lors du Critérium du Dauphiné, également produit par ASO.

LE POINT SUR...

L'événementiel d'été

STRATÉGIE

Organiser des événements : un levier d'attractivité pour la saison d'été

Festivals, salons, courses sportives... les événements font découvrir les stations et fidélisent les clientèles.

Mais comment définir un événement réussi ? Sur quels acteurs compter ? Les questions liées à une manifestation sont nombreuses. L'enjeu est d'importance.

La montagne, l'été, est encore un pari. Les bords de mer, les destinations low cost, les territoires de plaine représentent une vive concurrence.

L'événementiel est donc un moyen d'attirer des visiteurs, même si l'évaluation de ses retombées est délicate. Pour Chantal Carlioz, Maire de Villard-de-Lans, "il est dur d'établir un lien direct entre l'événement et la suite des opérations (retour des visiteurs, mise en réseau de l'offre, etc.). Mais le retour sur investissement peut se calculer via la perception des socio-professionnels ou des indicateurs comme les réservations". L'élue organise des

événements d'un coût entre 40.000 et 350.000 euros selon l'ampleur (régionale ou nationale), dont 25 à 30% sont à la charge de sa collectivité.

Dès lors, à quoi veiller ? Les opérateurs insistent sur l'importance d'un événement qui soit en lien - dans son thème, sa mise en scène ... - avec l'identité locale. La population n'en sera que plus mobilisée ou indulgente...

Il faut aussi investir autant dans le projet que sa promotion. La dernière recommandation vise l'éco-responsabilité. Des chartes de l'événement "durable" existent, qui prônent le co-voiturage, le recyclage ou la compensation. Les stations de montagnes, qui ont depuis 2007 leur charte en faveur du développement durable, partent dans ce domaine avec un coup d'avance...

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Villard-de-Lans : un événementiel créateur de lien

Equi Festival, Summer Swing, Euro Nordic Walk, Festival de l'humour, Festiv'Air Montgolfières... la station mise sur l'événementiel pour stimuler sa fréquentation, en particulier avant et après la saison d'été. Maire de Villard-de-Lans, Chantal Carlioz confie les piliers de sa stratégie.

"Nous, village-station, misons sur l'événementiel afin de :

- ✳ **Positionner Villard-de-Lans comme destination ouverte à l'année.** Nous avons renforcé l'événementiel sur les "ailes des saisons" afin de conforter la station comme destination de loisirs ET de tourisme. Nous faisons de l'animation l'été et l'hiver, de l'événementiel hors saisons".

- ✳ **Mettre en lumière l'excellence de nos activités de pleine nature.** A travers l'événementiel, la station met en lumière des



Chantal Carlioz : "L'événementiel contribue au projet de développement de notre territoire".

"niches" comme le VTT ou le tourisme équestre. Ces marchés sont durs à pénétrer mais très profitables.

- ✳ **Renforcer la structuration de notre offre.** L'événementiel est fédérateur. En ce sens, il contribue au projet de développement de notre territoire.

- ✳ **Générer des flux.** Pour réussir, il faut trouver les meilleurs partenaires par discipline. Mais cela fonctionne. Nous multiplions les "portes d'entrée" sur la station dans une logique d'addition de clientèles".

Les convictions d'un directeur d'OT

Directeur de l'office de tourisme (OT) du Grand Tourmalet-Pic du Midi, Franck Grivel décrit ce qui fait un événementiel "populaire" (1). Sa structure, récemment créée, dispose d'un bureau à Bagnères-de-Bigorre qui a reçu l'arrivée d'une étape du Tour de France le 7 juillet.

✿ **Une pensée pour tous les publics :**

"Un événementiel populaire se doit de toucher 100% des gens sur place. Prenons le cas d'un festival qui traite de l'air et du vent. Certains apprécieront le côté culturel : conférence sur l'aérodynamique ou la météo; d'autres, le côté ludique, avec des ateliers de construction de montgolfières ou de boomerangs; enfin, certains chercheront le côté "sensationnel", avec des démonstrations de vol libre et de voltige. C'est ce brassage qui fait la popularité d'un événement et son succès".



Franck Grivel : "Il faut regarder avec méthode un projet, trouver des partenaires et étudier ses retombées (nuitées, consommations, retours médias...) comme son impact sur l'image de la station".

✿ **Un modèle économique abouti :**

"Un événementiel est souvent coûteux : logistique, assurances, publicité, VIP... la facture grimpe vite. C'est pourquoi il faut regarder avec méthode un projet, trouver des partenaires et étudier ses retombées (nuitées, consommations, retours médias...) comme son impact sur l'image de la station. Mais il est bien de procéder sans passion.

Vouloir absolument tel événement sur les papillons parce qu'on aime ces insectes, empêche de se poser les bonnes questions sur le plan technique, juridique ou financier. Il faut garder la tête froide".

✿ **Une capacité d'adaptation :**

"L'événementiel est une somme de détails. Mais avec le Tour de France, nous étions en confiance. C'était d'abord la 10ème fois qu'il s'arrêtait à Bagnères. Ensuite le Tour se suffit à lui-même : il brasse énormément de communication et d'animations. Notre apport fut, avant et pour le jour J, d'organiser avec les commerçants et les associations des festivités : une exposition, un marché gourmand, une pièce de théâtre, une décoration de rues, etc. La surprise vint du passage du président Hollande sur notre stand. Nous lui avons remis un maillot de vélo floqué à l'effigie de notre territoire".

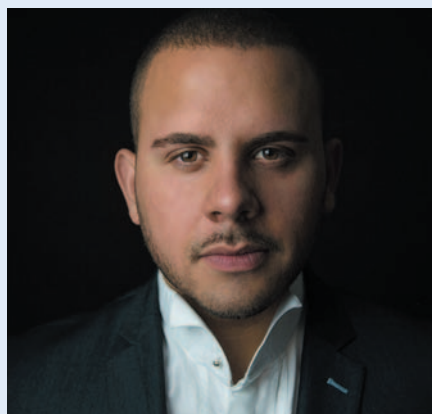
(1) Sa destination organise l'été un tournoi de tennis de renom dédié aux jeunes talents (29ème édition) et un festival de musique (7ème édition) incluant des concerts sur le Pic du Midi

TROIS QUESTIONS À...

... Anthony Babkine, expert en communication, auteur de "Réussir l'organisation d'un événement" (Eyrolles, 2011)

✿ **Les stations de montagne misent sur l'événementiel l'été pour faire venir des visiteurs. Spontanément, qu'en dites vous ?**

"C'est indispensable ! Montrer que la montagne est aussi attractive l'été que l'hiver reste un challenge. En ce sens, les stations sont concurrencées par les stations balnéaires et doivent séduire le touriste estival : rencontres sportives, concerts, soirées, concours... le cocktail peut être large et "enivrant". Pour autant, il ne faut pas oublier l'essentiel : le message porté par l'événement devra être fédérateur ; et l'événement ne devra pas "cannibaliser" la destination. Car un événement est régi par l'éphémère, une destination s'inscrit dans la durée. Ces deux dimensions sont à concilier."



Anthony Babkine : "Les meilleurs prescripteurs sont les visiteurs satisfaits, à condition que la destination sache les capter et fédérer, sous forme d'une "communauté"."

✿ **Que recommandez-vous pour assurer la fréquentation d'un événement ?**

"Les moyens n'ont jamais été aussi nombreux ! Le numérique a changé la donne et les organisateurs auront intérêt à "jongler", quelque soit le public visé, avec les moyens de communication "on line" (Internet) et "off line"

(presse, brochures, affiches, télé...). Le numérique rend créatif - si le territoire a une bonne connectivité ! Imposer un hashtag à l'événement, proposer un QR code sur ses affiches, propulser des jeux sur Facebook, susciter des mécaniques participatives, des découvertes vidéos, des partages d'"expériences"... et bien d'autres leviers. Les meilleurs prescripteurs sont les visiteurs satisfaits, à condition que la destination sache les capter et fédérer, sous forme d'une "communauté"."

leurs prescripteurs sont les visiteurs satisfaits, à condition que la destination sache les capter et fédérer, sous forme d'une "communauté"."

✿ **Beaucoup de marques de produits de grande consommation utilisent l'événementiel. Une destination doit-elle se comporter comme elles ?**

"Une destination est une marque ! Les villes, régions ou pays qui ont compris l'intérêt de se "brander" (NDLR : brand = "marque" en anglais) et de créer des événements en sortent gagnantes. A l'instar de Lille, avec sa Grande braderie, ou d'Avignon avec son Festival. Ces destinations ont su créer des moments fédérateurs et de rayonnement. Cela a des contraintes : comme toute marque, la destination devra se renouveler et s'inscrire dans la durée. Nombreuses sont les stations qui ont encore à construire pour se distinguer. Mais à ce jeu, les plus modestes ne sont pas moins bien loties. Le numérique remet de l'égalité car il n'est pas cher d'usage".