

CIMES

N°15 JANVIER-MARS 2012

PAROLE D'ADHÉRENT AVEC
RICHARD BROCHE
MAIRE DE MACÔT-LA PLAGNE - PAGE 4

Infos



SKI FRANCE

Association Nationale des Maires des Stations de Montagne

D'UN MOT...



Affligeant !

Plus de 6% du PIB français, et le tourisme brille pourtant par... son absence dans les programmes des aspirants à la présidence de la République. Pas un mot ou si peu, pour un secteur dont la valeur ajoutée s'élève à plus de 41 milliards d'euros, soit 2% du PIB, devant celle d'autres grands secteurs : énergie (30 milliards), industries agro-alimentaires (25,7 milliards) ou l'automobile (11,2 milliards). C'est d'autant plus affligeant que l'activité touristique représente près d'un million d'emplois non délocalisables et contribue à l'aménagement du territoire. Sans doute est-ce un travers bien français de ne pas parler d'un secteur, qui résiste bien à la crise ! Toutefois, si le tourisme affiche des chiffres qui pourraient faire rêver, force est de constater que sa part dans notre PIB a chuté d'un point en dix ans et que le marché français s'effrite. Bien que nos massifs abritent des domaines skiables parmi les plus beaux au monde, nos stations qui connaissent une concurrence forte d'autres destinations, ont besoin de renforcer leur attractivité. C'est pour porter cette voix du tourisme en montagne, été comme hiver, que nous adressons un questionnaire aux candidats à l'élection présidentielle.

■ Gilbert Blanc-Tailleur
Président de l'ANMSM

■ Il a dit

"Il y a nécessité absolue de garder une politique nationale de la montagne (...)

Les comités de massifs seront pérennisés pour prendre en compte les particularités locales, mais il faut garder la dimension nationale de cette politique" - Bruno Le

Maire, ministre en charge de la Ruralité et de l'Aménagement du

territoire, lors du Conseil national de la Montagne le 31 janvier

INITIATIVE

L'ANMSM interpelle les candidats à la présidentielle

Quelle place les candidats à l'élection présidentielle réservent-ils dans leur programme au tourisme,

et au tourisme de montagne

en particulier ? Tel est l'objet de l'interpellation qu'au travers d'un questionnaire, signé du président de l'ANMSM, Gilbert Blanc-Tailleur, l'association adresse aux candidats à la Présidence de la République. Car au-delà de la discrétion de ce thème dans les programmes, il s'agit pour l'ANMSM de relayer auprès des candidats les préoccupations des Maires de stations. Ce document alerte et interroge les candidats, sur des dossiers cruciaux pour garantir l'attractivité et la fréquentation des stations de montagne.

Evaluer...

"Le questionnaire remplira une double fonction, relève Charles-Ange Ginésy, Maire de Péone Valberg. Il permettra de sensibiliser les



Charles-Ange Ginésy, Maire de Péone Valberg : "Nous serons attentifs à la façon dont seront pris en compte le tourisme dans la composition du gouvernement et les spécificités de l'activité touristique en montagne".

candidats à nos problématiques, alors qu'ils peaufinent leurs programmes, et sont très sensibles aux suggestions.

Nous serons attentifs à la façon dont seront pris en compte le tourisme dans la composition du gouvernement et les spécificités de l'activité touristique en montagne dans la définition des politiques qui devraient être mises en œuvre après les élections".

Adressé à tous les candidats, sans exception partisane, ce document décline des enjeux forts, accompagnés de suggestions de "pistes d'actions".
Thèmes retenus : la réhabilitation de l'hébergement touristique, rythmes et calendrier scolaires, spécificité du travail saisonnier, développement durable. "Il s'agissait d'identifier des thèmes majeurs, indique Charles-Ange Ginésy. C'est une période où les candidats sont très sollicités et nous nous sommes efforcés de rester accessibles. Nous aurons l'occasion, dans le futur, d'être plus précis dans le cadre des actions institutionnelles de l'association".

■ Partenariat



L'ANMSM et France Montagnes ont noué un partenariat avec le groupe Dauphiné Libéré, très présent dans le milieu montagnard avec son quotidien éponyme, et des magazines

comme Ski Chrono ou Alpes Loisirs. Il se traduira par la réalisation d'un cahier spécial « Montagn'Eco » consacré à l'économie de la montagne et inséré dans Alpes Loisirs. Scellé avant l'hiver, il a été célébré début février aux Houches, à l'occasion du Kandahar, Coupe du monde de ski alpin messieurs, en présence de Gilbert Blanc-Tailleur, président de l'ANMSM, Jacques Guillot, Maire de Chamrousse, et de quelques champions. Etaient également présents : Jean-Christophe Deborde (Rossignol), Christine Laymard (ANMSM), Jean-Marc Silva (France Montagnes) et Michel Vion (FFS).

❄ **Événement** : L'ANMSM et l'ANEM organisent le 26 avril, dans le cadre du SAM, une table ronde sur le thème "Relancer les classes de découvertes: une voie pour accueillir des jeunes en montagne". Elle sera ouverte par Gilbert Blanc-Tailleur et François Brottes, député de l'Isère, ancien président de l'ANEM. Elle prolonge les réflexions du groupe de travail de l'ANMSM sur le sujet. Elle fera le point sur les obstacles au départ en classes de découvertes et les moyens de les dynamiser, en présence de représentants d'enseignants, de parents et de gestionnaires de structures d'accueil. Le débat sera élargi à l'accueil des jeunes en montagne.

❄ **Prospective** : le conseil régional Rhône-Alpes a lancé en janvier une réflexion sur la vie en montagne en 2040. L'opération, intitulée "Montagne 2040", vise à "imaginer et orienter l'évolution de la vie en montagne" dans les 30 prochaines années. Elle repose sur des forums qui, du 29 février au 20 juin, réunissent des jeunes, des associations d'éducation populaire et des experts.

❄ **Sécurité (1)** : la campagne nationale de sécurité sur les domaines skiables, organisée par les Ministères des Sports et de l'Intérieur, conjointement avec l'ANMSM et la FNSSDS, touche à sa fin. Douze stations de l'ANMSM ont accueilli en février et mars des "Villages Prévention", ciblant les 10-13 ans, au sein desquels étaient organisées des actions de prévention en faveur de la sécurité et des animations. Ont reçu ce dispositif: Avoriaz, La Clusaz, Châtel, Les Menuires/Val Thorens, Besse, Super Lioran, Font Romeu, Gourette, La Bresse, Gérardmer et Saint-Lary-Soulan.

PAROLE DE PARTENAIRE

Que les stations restent unies

Partisan d'un "toiletage" de la Loi Montagne, Martial Saddier, Maire de Bonneville, président de la Commission permanente du Conseil national de la Montagne, nous répond.

Quel bilan tirez-vous de votre action au CNM ?

Je suis très content du travail accompli depuis deux ans, en particulier du fonctionnement de la Commission permanente. Mais il faudrait réfléchir à la fréquence des réunions de la Commission plénière, présidée par le Premier ministre. Elle ne se réunit pas chaque année, c'est frustrant pour tout le monde.



Martial Saddier, Maire de Bonneville : " L'ANMSM est là pour défendre une image plus juste".

Vous suggérez un "toiletage" de la Loi Montagne...

Oui depuis 25 ans, l'Europe s'est agrandie, 80 millions d'habitants vivent désormais en montagne, la Chine et la Russie créent des stations, notre hôtellerie et notre parc de lits vieillissent... c'est tout l'environnement, des stations en particulier, qui a changé. Mais ce toiletage ne sera pas pour toucher au volet Urbanisme. Réduire le mitage doit rester notre combat. Je suggère plus largement d'adapter la loi au XXIème siècle, en développant une vision qui passe par les bassins de vie sans séparer fonds de vallées et coteaux. L'avenir de la montagne ne doit plus être vu qu'à travers le prisme communal. L'intercommunalité est un acquis irréversible.

Comment percevez-vous l'avenir des stations ?

J'ai dans ma communauté de communes, une station - Brizon - qui a démonté son télési;

pour elle, le ski c'est terminé. L'enjeu pour nous : rester solidaires, quelque soit notre massif, notre devenir, notre taille. Les stations ne sont pas concernées par le réchauffement climatique de la même manière. Il y a pour moi trois familles de stations : celles qui devront apprendre à vivre sans neige - et se reconverteront, celles qui auront des années avec et sans neige, et celles dont l'activité perdurera et s'intensifiera.

Quel mot voulez-vous adresser à leurs Maires ?

Rester unis ! La montagne et le tourisme souffrent de représentations politiques souvent urbaines. L'ANMSM est là pour défendre une image plus juste. Non, les stations ne sont pas des nanties, et sans l'action d'associations comme la vôtre, les stations auraient traversé des moments très durs. J'encourage le monde de la montagne à faire corps. Il a besoin de toutes ses composantes, des guides aux sociétés de remontées mécaniques, des moniteurs aux Maires et autres élus locaux.

Sur quel sujet travaille le CNM en particulier ?

"Le" sujet est celui des DSP. Il nous appartient de trouver un compromis et de le proposer aux pouvoirs publics. Nous n'en sommes pas si loin. Délégués et délégués peuvent s'entendre, pour le bénéfice de tous.

QUESTION/RÉPONSE : RÉGIES ET IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS

Selon l'arrêt du 7 mars 2012 du Conseil d'Etat (CE), Commune de Saint-Cyprien - req. n°331970, le seul fait qu'une régie gère un service public, qui relève d'une exploitation à but non lucratif, soit dotée de la personnalité morale ne suffit pas à l'exclusion de l'exonération de l'impôt sur les sociétés (IS).

En l'espèce, une commune demandait la décharge des cotisations d'IS auquel l'établissement public gérant son port, régie municipale dotée de



la personnalité morale, avait été assujéti. Elle s'appuyait sur le 6° du 1 de l'article 207 du CGI qui exonère d'IS "les régies de services publics".

Le CE a indiqué "qu'une régie dotée ou non de la personnalité morale, qui gère un service public qui, par son objet, relève d'une exploitation à but non lucratif, ne bénéficie de l'exonération d'IS prévues par les dispositions du 6° du 1 de l'article 270 du CGI, que si elle s'applique à un service public que la collectivité a le devoir d'assurer, c'est-à-dire lorsque le service qu'elle exploite est indispensable à la satisfaction des besoins collectifs intéressant l'ensemble des habitants de la collectivité".

Les enseignants à bonne école... de neige !

A l'initiative du groupe de travail sur les classes de découvertes, présidé par Sylviane Grosset-Janin, Maire de Megève, l'ANMSM organise une série d'Eductours dans plusieurs stations (Courchevel, Saint-Lary-Soulan et Le Grand Bornand) qui s'échelonnent dans le courant de la saison 2012-2013.

L'opération consistera à inviter 4 enseignants dans des établissements scolaires situés en milieu urbain, à découvrir les potentialités d'une station, le temps d'un week-end, pour les inciter à organiser une classe de neige. Ils pourront visiter des centres d'hébergement, prendre contact avec les acteurs de la station, identifier les activités destinées à leurs élèves pour préparer leur projet pédagogique.

La première étape de l'opération a eu lieu à Villard-de-Lans, le 11 et 12 mars, au cours de laquelle Chantal Carlizoz, Maire de la station, a reçu Ronan Kerdraon, Sénateur-Maire de Plérin-sur-Mer, accompagné d'enseignants et de techniciens communaux. "C'est dans les années 20 que Villard-de-Lans, avec son climat exceptionnel



Chantal Carlizoz, Maire de Villard-de-Lans : " Il est important de rencontrer les enseignants, en les "fidélisant" dans des lieux et des équipements de qualité".

et une altitude favorable aux organismes fragiles, devint une station climatique. La station "paradis des enfants" était née" rappelle-t-elle.

Fidéliser les enseignants

La situation se dégrade pourtant, Villard-de-Lans passant de 50 maisons d'enfants à 7. "Aussi lorsque l'ANMSM m'a sollicitée, j'ai immédiatement accepté" ajoute Chantal Carlizoz, qui estime important, pour stimuler les classes, de "rencontrer les enseignants, en les "fidélisant" dans des lieux et des équipements de qualité, avec une vraie volonté politique et une personne référente pour les aider à organiser le séjour".

En 2011, les centres de vacances de Villard-de-Lans ont accueilli 79 classes.

❄ Sécurité (2) : l'ANMSM et le Parquet d'Albertville ont organisé en décembre et mars une demi-journée d'échanges entre élus et magistrats sur le thème "Ski et sécurité". La première, à Courchevel, a permis de décrire aux magistrats les coulisses de la sécurité et de la prévention en station. La seconde, à Albertville, portait, en présence d'avocats experts, sur la perception des tribunaux des enjeux de sécurité dans la recherche en responsabilité en cas d'incident. "L'objectif est d'envisager ensemble les moyens permettant d'améliorer encore et toujours la sécurité des pratiquants de ski" a indiqué Gilbert Blanc-Tailleur lors de la première journée.

❄ Prévention : le Syndicat national des moniteurs du ski français a produit en février, avec l'appui du Procureur d'Albertville, un DVD destiné à montrer "concrètement" à ses adhérents les conséquences pénales supportées en cas d'accident en hors piste. Distribué en 17000 exemplaires, le support veut permettre aux moniteurs "de comprendre et d'assumer pleinement leur rôle d'éducateur dans ce milieu spécifique qu'est la montagne".



❄ Animation : la Fête du ski, organisée le 22 janvier, a suscité une "belle mobilisation" selon les organisateurs. Cette première édition, en France, du "World snow day", a associé une quarantaine de stations réparties dans les cinq massifs et a suscité une centaine de "reprises" dans les médias. Pour l'occasion, un millier de Pass Découverte ont été vendus dans les clubs de ski affiliés à la FFS à un tarif préférentiel. Les bénéficiaires ont été licenciés un week-end et ont pu participer à une sortie organisée par un club. La prochaine édition de la Fête aura lieu le 20 janvier 2013.

COMMUNICATION

La campagne "Bienfaits pour vous" porte ses fruits



Évaluée par les consommateurs à la demande de France Montagnes, la campagne hiver 2011-2012 "Bienfaits pour vous !" a rencontré une large approbation. La démarche, menée par un cabinet, a consisté à interroger 560 personnes, clientes ou non de la montagne, en décembre dernier. Il leur a été demandé si cette campagne les avait marquées, en quoi et si elle avait suscité ou réveillé chez elles l'envie d'aller skier. Leurs réponses, présentées en Commission communication de France Montagnes le 9 février, sont très encourageantes. La moitié des personnes ont dit avoir vu la campagne, et 81% apprécié son ton, 88% en retirant "une bonne image de la montagne". Presque toutes (92%) l'ont décrite comme "facile à comprendre, valorisant les bienfaits d'un séjour à la montagne". A 71%, les sondés - dont deux tiers étaient des femmes - ont dit avoir été "incités à consulter internet pour s'informer" sur des séjours en montagne. Ce résultat est "très intéressant dans le cadre d'une campagne qui a pour objectif le recrutement" pour les responsables de France Montagnes.

TENDANCES

Concert sur pistes



Les Portes du Soleil ont organisé, du 24 au 28 mars - hors vacances scolaires -, sept concerts sur une demi-douzaine de sites, mobilisant les équipes de 8 des 12 stations composant le domaine.

But de l'opération, baptisée "Rock the pistes Festival" ? "Attirer le maximum de monde, explique Bruno Cherblanc, directeur des Portes du Soleil, et générer hors saison, des séjours: c'était une action de marketing comme de communication".

La musique à 1600 mètres en plein soleil

Le festival, qui vivait sa deuxième édition, a profité d'une programmation exigeante, afin de viser "un public transgénérationnel", et de sites choisis pour offrir une "expérience" inédite.

"Des concerts à 1600 mètres d'altitude, en plein soleil avec une neige tombée dru, c'est un souvenir !". L'an dernier, le festival - qui a aussi le grand avantage de "souder" les stations du domaine - portait un autre nom ("Les concerts sauvages") et le public était prévenu au dernier moment, par SMS.

Cette année, le nom a été anglicisé - "notre clientèle étrangère est nombreuse" - et la communication élargie : affiches, mails, etc. "Il faut cinq ans pour installer un festival: c'est normal, d'année en année, de faire évoluer la formule, surtout si l'on sent qu'elle a du potentiel" relève Bruno Cherblanc, qui réfléchit déjà à la prochaine édition.

PAROLE D'ADHÉRENT

"L'animation est une autre facette de notre métier"

Maire de Mâcot-La Plagne, Richard Broche fait part de son actualité. La station (150.000 visiteurs par an) a fêté ses 50 ans en décembre.

✳ **Sur la station :** "La Plagne se porte très bien grâce à une météo favorable. Mais la neige ne suffit pas. Les aménagements sont importants. Nous les améliorons en permanence. Ce qui nous mobilise en ce moment, ce sont les animations. Le ski est notre métier numéro un mais devons travailler sur l'après-ski et le hors-ski. En soirées, la nuit... que veulent les clients ? Nous menons des enquêtes de satisfaction mais il est difficile de le percevoir. Et quand bien même, il s'agit de le mettre en place ! Les clients en veulent "toujours plus". La mise en oeuvre de ces animations est une autre facette de notre métier".



Richard Broche, Maire de Mâcot-La Plagne : "Ce qui nous mobilise en ce moment, ce sont les animations".

✳ **Sur la montagne :** "Nous avons en France les plus beaux domaines skiables. Lors des vacances scolaires, nos stations fonctionnent à plein régime mais il y a des saisons mortes. Pourtant, nous savons accueillir des courts séjours, pour des clients locaux ou régionaux. Sommes-nous assez agressifs sur le plan publicitaire ? Notre

attractivité est-elle insuffisante ? Que nous faudrait-il ? Il est délicat de le savoir mais nous perdons un marché. Des adultes qui ne font pas de ski, n'emmènent pas leurs enfants, ce qui freine le renouvellement de clientèle. Or nos stations sont hospitalières pour les familles".

✳ **Sur l'accueil :** "Les stations de montagne ou du littoral ont trop de lits froids. Ils représentent un enjeu de développement et de vitalité. Mais que l'Etat nous donne des moyens ! Nous n'attendons pas des subventions - plutôt des leviers administratifs ou réglementaires. Tous les ans, nous perdons des lits qui arrivent en fin de bail. A La Plagne, une SEM rénove des appartements mais cela ne suffit pas. Il faut une réponse de plus grande ampleur, que seuls les "grands élus" peuvent imposer. C'est à cette condition que nous "reconstruirons la ville sur la ville", dans le droit fil du Grenelle de l'environnement".

A VENIR

■ **03/04 :** Conférence de presse de France Montagnes, à Paris, sur la saison estivale et les dernières tendances de la montagne

■ **12-13/04 :** Assemblée générale de l'Association européenne des élus de montagne (AEM) à Covilha (Portugal)

■ **24/04 :** Bureau de l'ANMSM à Grenoble (16h)

■ **25/04 :** CA de l'ANMSM à Grenoble (10h)

■ **26/04 :** Table ronde ANMSM-ANEM sur "Relancer les classes de découvertes: une voie pour accueillir des jeunes en montagne" au SAM à Grenoble (9h30-12h30)

■ **03/05 :** Comité de gestion Famille plus à Paris (10h)

■ **30/05 :** Comité de pilotage sur l'étude des stations de montagne à la DATAR (14h)

■ **13-14/06 :** Séminaire annuel Famille Plus Montagne à Megève

■ **19 /06 :** Bureau de l'ANMSM à Paris (16h)

■ **20 /06 :** AG de l'ANMSM à Paris (10h)

■ **27/06 :** Rencontres de la Charte en faveur du développement durable dans les stations (après-midi)

■ **17/07 :** Bureau de l'ANMSM à Paris (16h)

■ **18/07 :** CA de l'ANMSM à Paris (10h)



SKI FRANCE
Association Nationale des Maires des Stations de Montagne

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, Olivier Rival
Rédaction : Bruno Leprat - Réalisation : Roland Tchertoff
Email : bienvenue@stationsdemontagne.fr - Site de l'Association : www.anmsm.fr

Famille Plus

DÉVELOPPEMENT

Le label Famille Plus dans une nouvelle dynamique...

Logo rénové, mise en place d'une "boîte à outils" communication... le label Famille Plus fait peau neuve. Il vient de se doter de critères plus exigeants de référencement.

Le 3 mai, le comité de gestion de la marque Famille Plus officialisera la liste des stations membres de l'ANMSM ayant répondu avec succès à un audit mené par la société Cimbo, qui vérifiait leur conformité aux exigences du label.

L'audit, qui se déroulait du 4 janvier au 30 mars, pesait sur une quarantaine de stations labellisées en 2008. Ses conclusions seront étudiées le 25 avril pour avis par le groupe de travail Famille Plus Montagne, présidé par Pierre Balme, Maire de Venosc/les 2 Alpes.

Cet audit, financé par l'ANMSM, avait une particularité : il s'appuyait sur de nouveaux critères, plus exigeants, de labellisation.

Nouveaux critères

Les précédents critères avaient été définis en 2006. Un important travail a été entrepris en 2011, débouchant sur l'approfondissement, la suppression ou la création de critères.

Objectif affiché : "accroître la performance du label" selon Pierre Balme.

C'est ainsi que le référentiel, qui compte plus de 100 critères, en intègre de nouveaux axés, par exemple, sur l'environnement (mise à disposition de vélos, plan de circulation douce et sécurisé...), le niveau de communication autour du label (présentation des informations en 2 langues...) et les politiques tarifaires (création

d'un forfait "tribu" pour familles élargies...).

Famille Plus veut aussi étendre son réseau de partenaires locaux ou nationaux. Le label demande désormais aux stations d'intégrer des prestataires du secteur hôtelier, de la restauration et des activités de loisirs (et bientôt les magasins de sport) afin de mieux répondre aux attentes des familles. "Cette prise en compte assurera plus de qualité et de services aux familles" estime Pierre Balme.

Autres initiatives

Les six derniers mois ont favorisé l'éclosion d'autres initiatives, comme la création d'un logo unique et plus explicite pour tous les territoires, la mise en place d'une "boîte à outils" pour unifier la communication des stations et des prestataires sur le label, et pour les stations de montagne, le lancement d'une campagne de communication avec France Montagnes... autant d'innovations qui, espère Pierre Balme, conduiront de nouvelles stations vers le label.

Plus largement, l'élu voit dans ce "réseau" un symbole fort, à l'heure où l'Etat se désengage des aides aux territoires. "Famille Plus" fédère toutes les communes touristiques, qu'elles soient de montagne, de mer, de nature ou de ville. Ce sont autant de territoires qui se "donnent la main", même si tout n'est pas transposable d'une station à l'autre".

Une boîte à outils pour tous

Afin d'homogénéiser la communication sur le label, le Comité de gestion de la marque - qui ne dispose pas de budget de communication propre - a mis en place une "boîte à outils" pour les référents des stations. Les éléments qui la composent serviront soit aux communes des quatre territoires (affichage, site web...) soit à leurs prestataires (agences, imprimeurs, webmasters...).

Elle comprend :



- le logo (qui a été "relifté" pour l'occasion, et doté d'un seul et nouveau slogan pour tous les territoires : "Vivre ensemble de

belles expériences")

- les visuels (par territoire et générique) de la marque
 - les annonces presse (par territoire et générique)
 - les têtieres (par territoire) pour les sites
 - les "bannières" Internet par territoire
 - un "didacticiel édition", guide des bons usages graphiques pour les stations et prestataires.
- La "boîte à outils" est disponible sur l'extranet de l'ANMSM.



Outil de gouvernance

L'attachement de l'ANMSM au label Famille

Plus est entier. Il est un outil de normalisation dont les critères aident les stations à homogénéiser leur offre.

Il permet de faire des choix d'aménagement et de fédérer des énergies au bénéfice des enfants et de leur famille. En ce sens, il est un instrument de gouvernance pour les acteurs d'un territoire touristique. Le label est aussi un outil de communication. Dans un contexte concurrentiel, il représente un argument parfois décisif pour susciter ou arbitrer un acte de réservation.

Il est, enfin, un dispositif de "montée en gamme" qui hisse les stations de l'ANMSM vers un professionnalisme accru - comme notre Charte en faveur du développement durable les amène à être plus responsables au regard du respect de l'environnement.

Hisser les stations vers un management efficace et raisonné de leur territoire, voici un des rôles de l'ANMSM.

■ Pierre Balme, Maire de Venosc/Les 2 Alpes, Président du groupe de travail Famille Plus Montagne

43 stations de l'ANMSM sont labellisées Famille Plus, dont 38 redemandent actuellement leur labellisation. En outre, deux postulent pour la première fois à ce label. Au total, ce sont 105 stations (dont 44 stations Mer, 13 stations Nature et 5 stations Ville) qui appartiennent au réseau Famille Plus. Le label est aussi attribué aux prestataires locaux : hôtels, restaurants, activités de loisirs - soit environ 600 structures à ce jour.

"Le label rassure"

Adjointe au directeur de l'OT de La Bresse, Claire Prost est "référente" Famille Plus pour la station.

* Comment définissez-vous le rôle du label ?

Il rassure. Les parents ont besoin de savoir si, en choisissant telle station ou tel prestataire, leurs enfants seront bien accueillis. Nous recevons de plus en plus d'appels de gens qui nous disent: "Vous êtes Famille Plus ? Vous m'intéressez plus que la station voisine...". C'est une aide au choix de la destination.

* A quoi sert un référent ?

Les référents orchestrent, dans les stations Famille Plus, les efforts de tous pour coller aux exigences du label, et à La Bresse, au-delà encore. Un restaurant doit avoir des jeux. Que ce ne soit pas un puzzle dans une



Claire Prost, Adjointe au directeur de l'OT de La Bresse : "Je suis l'oeil des familles, qui accompagne les hébergeurs, restaurants, magasins de sport, prestataires d'activités..."

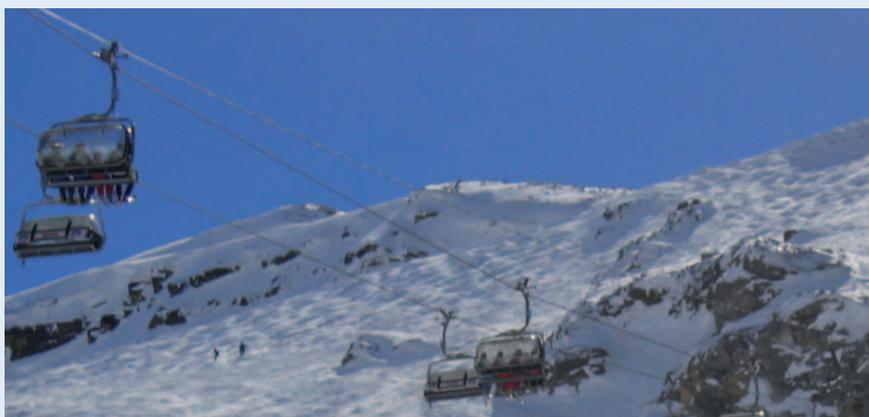
armoire ! Je veille, j'écoute, j'encourage. Je suis l'oeil des familles, qui accompagne les hébergeurs, restaurants, magasins de sport, prestataires d'activités... vers un accueil des enfants toujours plus professionnel.

* Etes-vous soutenue par votre Maire ?

Oui, Guy Vaxelaire fait en sorte que les projets municipaux entretiennent un lien étroit avec cette dimension familiale de l'accueil. Il communique aussi sur notre appartenance à Famille Plus pour que nos efforts soient connus des clients qui viennent déjà, ou de ceux qui viendront sur cette promesse.

GROUPE FAMILLE PLUS MONTAGNE

Pistes de travail



Réuni le 26 octobre dernier, le groupe de travail Famille Plus Montagne a émis un certain nombre de vœux visant à associer plus étroitement les prestataires à un meilleur accueil des familles en station.

Parmi eux, trois ont été jugés "prioritaires" pour les saisons à venir, qui donneront matière à des rencontres et

expérimentations avec les partenaires concernés - principalement DSF :

- la mise en place d'une politique tarifaire Famille approfondie pour utiliser les remontées mécaniques
- la généralisation des espaces ludiques sur neige
- l'implication dans la mise en place de deux pistes de luge pour les - et + de 6 ans.

Famille Plus Montagne en campagne...



Financée pour moitié par les stations de montagne Famille Plus et par l'ANMSM, la deuxième campagne de communication en ligne menée cet hiver - d'un coût de 43.000 euros HT - reposait sur un jeu et un slogan "Envoyez balader vos enfants!". L'action, qui a bénéficié du partenariat du magazine *Au Féminin*,

visait en priorité les mères de 25 à 50 ans, souvent à l'origine du choix de la destination des vacances pour la famille. Elle reprenait, dans le cadre d'un accord de "co-branding", les codes et le ton décalé des campagnes de France Montagnes.

Une notoriété doublée en cinq ans

Chaque hiver, une enquête est conduite auprès de 2500 familles avec au moins 1 enfant de - de 12 ans ayant fréquenté les stations de montagne Famille Plus. Elle vise à mesurer leur satisfaction et la notoriété du label. La dernière a montré la notoriété croissante du label. Entre 2006 et 2011, son "taux de notoriété" est ainsi passé de 15% à 30%, soit une montée en puissance régulière due à internet pour la moitié des familles. Toutefois 1/3 ont connu le label au cours de leur séjour.

Cette enquête a révélé les services plébiscités par les familles : la garderie et les clubs enfants (pour la qualité de leurs services), les pistes de luge (pour leur sécurisation), le jardin des neiges (pour son équipement) et le domaine skiable (pour son forfait tribu/famille).