

COLLECTIF MONTAGNE

DEMAIN: ✨ SAVOIE MONT BLANC

COPIL n°4

2023 : TRANSITION POSITIVE & RSE

Atelier 4 : Lisser les flux l'hiver

Visio flash – 20 juin 2023





WORLD CAFÉ

En synthèse



A VOUS DE JOUER !

Temps 1 : La plénière

#1 : Mise en contexte

#2 : Quels freins actuels au lissage des flux en hiver?

#Objectifs :

- Identifier les freins actuels au lissage des flux en hiver

#Règles du jeu de la plénière :

- Tous les participants sont invités à échanger sur les freins et problématiques actuels impactant le lissage des flux en hiver
- Les échanges sont retranscrits en direct : <https://app.klaxoon.com/participate/board/G5Z5G5M>



Atelier n°4 - 16 juin 2023

LA PLÉNIÈRE

QUELS FREINS AU LISSAGE DES FLUX EN HIVER ?





A VOUS DE JOUER !

Temps 2 : Le world café

#Table 1 : Comment aligner la filière pour proposer des offres en séjour décalé ?

#Table 2 : Quelle communication mettre en place auprès du grand public ?

#Table 3 : Comment mesurer et gérer les flux hivernaux ?

#Objectifs :

- Sortir des actions concrètes à mettre en œuvre à court terme.
- Identifier des perspectives à plus long terme.

#Restitution des tables rondes :

- Une fois les 3 rounds passés, les animateurs restituent en 5' les travaux de chaque table.

3

THEMES

20

MINUTES/
THEME

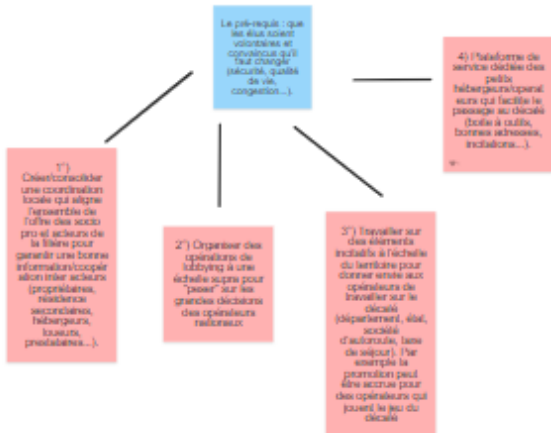
#Règles du jeu des tables rondes :

- Chaque groupe dispose de 20 minutes et change de table à chaque gong.
- L'animateur reste à la table, synthétise les apports du groupe précédent et cadre les échanges.



SYNTHÈSE

COMMENT ALIGNER LA FILIÈRE POUR PROPOSER DES OFFRES EN SÉJOUR DÉCALÉ ?



SYNTHÈSE

QUELLE COMMUNICATION METTRE EN PLACE AVANT DU GRAND PUBLIC ?



SYNTHÈSE

COMMENT MESURER ET GÉRER LES FLUX HIVERNAUX ?





#Table 1 : Comment aligner la filière pour proposer des offres en séjour décalé ?

1°) Créer/consolider une coordination locale qui aligne l'ensemble de l'offre des socio pros et acteurs de la filière pour garantir une bonne information/coopération inter acteurs (propriétaires, résidence secondaires, hébergeurs, loueurs, prestataires...).

2°) Organiser des opérations de lobbying à une échelle supra pour "peser" sur les grandes décisions des opérateurs nationaux

3°) Travailler sur des éléments incitatifs à l'échelle du territoire pour donner envie aux opérateurs de travailler sur le décalé (département, état, société d'autoroute, taxe de séjour). Par exemple la promotion peut être accrue pour des opérateurs qui jouent le jeu du décalé

4°) Créer une plateforme de services dédiée des petits hébergeurs/opérateurs qui facilite le passage au décalé (boîte à outils, bonnes adresses, incitations...).

(!) Le pré-requis : que les élus soient volontaires et convaincus qu'il faut changer (sécurité, qualité de vie, congestion...).



#Table 2 : Quelle communication mettre en place auprès du grand public ?

1°) Communication en B2B :

- Recenser les chiffres clients et verbatims satisfaction pour convaincre élus, OT
- Créer un kit de communication B2B pour convaincre les forces de vente du succès des séjours en décalé
- Inciter les propriétaires à louer en décalé (centrales résa, agences immobilières)

2°) Communication aussi auprès des locaux :

- Inciter les locaux/régionaux à allonger leur excursion avec du court-séjour ou mix télétravail/vacances sur place
- Valoriser les actions de séjours en décalé auprès des habitants (montrer qu'on prend le sujet en main)

3°) Communication en B2C :

- Construire un argumentaire avec le gain de satisfaction client + temps d'attente réduit + autres avantages pour inciter de manière factuelle à choisir les séjours en décalé (à fournir aux centrales de résa)
- Mieux s'approprier Ski m'arrange au niveau des centrales de résa (déclinaison pour leurs offres hors samedi/samedi) – capitaliser sur la même comm
- Présenter l'offre en décalé parmi les options pour un « voyage responsable » (+ train, séjour + long...)
- Communication globale (France Montagnes ?) sur les inconvénients du samedi (cf. Isère, PACA)

4°) Incitations financières :

- Récompense / réduction si achat trajet décarboné ou en séjour décalé / économie sur le forfait ?
- Parrainer d'autres partants en décalé : incitation financière pour soi + ami à partir en décalé



#Table 3 : Comment mesurer et gérer les flux hivernaux ?

1°) Mesurer les flux :

- communiquer aux communes / OT les données OSIRIS
- Récolter les données des transporteurs : taux de remplissage, durée des trajets...
- Récolter de la donnée quali auprès des interlocuteurs uniques de la route dans les stations
- Récolter les données cellulaires (Flux Vision)
- Récolter en amont les estimations d'allotement des charters mis en oeuvre depuis les aéroports de Lyon/Genève/Chambéry/Grenoble
- Requête G2A : agréger les statistiques sur les ventes (hébergement)

2°) Gérer les flux :

- Gérer le pendulaire des acteurs stations en travaillant avec les employeurs (covoiturage, navettes, gratuité/avantages tarifaires, communiquer en amont auprès des acteurs des solutions existantes - cf actions APTV)
- Renforcer la communication sur les horaires à éviter : site web, newsletter, appli, sms, écran, radio...
- Renouveler l'expérience des Championnats de ski de banaliser une voie sur la route pour la réserver aux transports sur certains horaires le samedi