

ADN STATION



Val Cenis

Haute Maurienne Vanoise

1.

ETAT DES LIEUX

PERCEPTIONS

« Une station de ski qui a aussi un charme fou l'été. Les randonnées sont nombreuses et accessibles pour différents niveaux de difficulté. »

« Domaine skiable vaste et varié »

« Une station à taille humaine pour tous »

« Un coin de paradis... j'y ai passé des heures avec mes enfants à ramasser des myrtilles et à jouer au torrent. Les plaisirs simples de la montagne 😊. »

“La proximité du Parc n'est pas exploitée à sa juste valeur”

“Notre rapport qualité/prix fait émerger des clientèles jeunes, mais on manque d'activités après-ski, c'est assez calme le soir”

« Val Cenis, la station mauriennaise qui monte ! »

« Déjà l'été c'est trop beau, mais avec les fleurs...encore plus ! »

“A moyen terme ça va se tarir. Il va falloir travailler des transitions...quel va être notre modèle ?”

“l'été ce qui nous ramène de la clientèle, c'est le vélo.C'est qq chose qui est universel, comme la randonnée.”

« Station familiale, agréable et très abordable en terme de prix
Les commerçants et professionnels sont accueillants et il fait bon y venir prendre l'air. »

« Super station le paradis du ski. Familiale, chaleureux, dynamique, authentique et un paysage à couper le souffle. A ski, à raquettes ou même à pieds on ne s'ennuie pas une seconde. »

« 1ère année sur Val Cenis ..rien à dire..accès à la station agréable comparé à d'autres . Tout est proche ..les nave' très bien interstations. »



FORCES



- Domaine skiable: exposition, taille, niveau d'équipement, tarification
- Histoire, patrimoine: les forts, le barrage, le col du Mont Cenis
- Le lac du Mont Cenis
- Bourg et villages vivants, sur la route de l'Italie, carrefour/lieu de rencontres
- Urbanisme et développement maîtrisé
- Préservation du territoire, proximité avec les espaces naturels (plus de 50% du territoire communal se situe en zone protégée : PNV, Natura 2000, ZNIEF, ...)
- Accessibilité depuis Modane/grandes villes
- Présence de gros opérateurs touristiques, lits structurés (vs le reste de HMV)

FAIBLESSES



- Étalement géographique qui complique les déplacements et l'animation
- Pas d'offre bien-être/aqualudique et/ou nocturne structurante (lié à l'étalement ?)
- Notoriété a priori moindre que des stations directement concurrentes: Les Saisies, Valloire, Le Grand Bornand (manque de données d'étude pour confirmer/infirmier à part du google trends)



OPPORTUNITÉS



- S'appuyer sur l'imaginaire HMV : Parc, sauvage, grands espaces...pour se différencier de stations de même typologie sur des aspects "classiques" de l'offre (taille du DS, présence de certains équipements...)
- Apporter un supplément d'âme avec l'histoire patrimoniale, culturelle, industrielle, artisanale, la vie locale
- Valoriser l'offre vélo/rando/été auprès des clients intermédiés
- Communiquer sur la facilité d'accès



MENACES



- Dispersion de moyens vs étalement géographique, villages etc: il va falloir choisir ses combats (par ex être moins puissants en notoriété si on n'a pas les budgets nécessaires)
- Urgence environnementale qui bouleverse les usages de manière accélérée: quid d'une image très/trop ski ? mais c'est quand même le cœur du réacteur pour encore un peu de temps ...
- Difficultés à se différencier vs des concurrents sur des aspects "classiques" de l'offre ski: le montant des investissements, les aménagements DS...ce sont sûrement d'autres critères qui prévaudront de plus en plus demain (engagement RSE, offre hors ski, accessibilité...)

PRIORITÉS

CONTENUS	COMMERCIALISATION	FACILITATION
<ul style="list-style-type: none">> Ski alpin> Vie locale, territoire vivant (y compris patrimoine)> Préservation de l'environnement	<ul style="list-style-type: none">> Poursuite de la dynamique de labellisation, com client> Offres affinitaires avec nos cibles de conquête (hébergement, court séj, etc)	<ul style="list-style-type: none">> Infos pratiques sur place: services, transports, animations, etc...


2. CIBLES


LES CIBLES PRIORITAIRES À L'ÉCHELLE HMV

7%  **Les Explorateurs Insatiables**

31%  BOL D'AIR EXPLORER NATURE DEHORS INSPIRANT
MICRO-AVENTURE responsable RENCONTRES montagne



13%  **Les Actifs Sensations**

11%  SPORT sensations DÉPASSEMENT SKIER PARTAGE SECRET SPOT
POINTU SERVICES CONVIVAL S'AMUSER PROFITER

16%  **Les Tribus Authentiques**

12%  PARTAGER NATURE DEHORS DÉCOUVRIR ANIMAUX souvenirs SKIER

19%  **Les Terroirs et Bon Moments**

18%  GASTRONOMIE PATRIMOINE MARCHÉ LOCAL MARCHÉS QUALITÉ CHARME
curieux ralentir PAYSAGES ressourcer





Les Explorateurs Insatiables



BOL D'AIR explorer nature dehors inspirant
MICRO-AVENTURE responsable rencontres montagne



Sensibilité
Durable



«BOBIOS»

JULIE (ET SA PETITE FAMILLE)

34 ans, 2 enfants en bas âge

RESPONSABLES
CURIEUX
NATURE



La vie au grand air »



«MICRO-AVENTURIERS»

VICTOR, LÉA, BAPTISTE

de 30 à 35 ans

RESPONSABLES
SPORTIFS
NATURE



L'aventure à portée de main »



MOTEURS, ATTENTES

- Une expérience responsable et enrichissante, sobre voire «slow»
- Transmettre aux enfants: découverte, culture, nature, rencontres locales, activités pédagogiques



FRUSTRATIONS

- La consommation de masse en vacances
- Le manque de produits/restaurants bio/- raisonnés (ils n'ont pas de plats sans gluten !)

MODE D'HEBERGEMENT Air bnb, gîte, van, camping, dans les villages plutôt qu'au pied des pistes, vort prendre un camp de base central pour rayonner

PERIODE PRIVILEGIEE Printemps/Automne en court séjour, Eté en itinérance. Moins présent sur l'hiver

DESTINATIONS FETICHES Slovénie ou Norvège, Bretagne, Corse, Queyras... la Loire à vélo, en Dordogne (Laseaux)

EN ATTENTE DE expériences atypiques, naturelles et de rencontres locales



MOTEURS, ATTENTES

- imaginaire d'aventure et de grands espaces vierges, glaciers
- Aventuriers dans l'esprit mais pas forcément autonomes ni téméraires
- Sortir des sentiers battus, peuvent être à la recherche d'une expérience transformatrice
- Être encadrés tout en se sentant autonomes



FRUSTRATIONS

- Ne pas se sentir autonomes (comment les accompagner sans trop les assister ?)
- Déçu par la réalité (sur Instagram ça semblait plus sauvage...)

MODE D'HEBERGEMENT gîte ou appartement (fonctionnel c'est ok), van, itinérance vélo, camping.

PERIODE PRIVILEGIEE Un peu tout le temps y compris printemps/automne

DESTINATIONS FETICHES Slovénie ou Norvège, Bretagne, Pares des Eerins ou du Mercantour, Queyras en ski de rando, Chamonix

EN ATTENTE DE contenus qui inspirent nos trips, topos et infos sur place

PRIORITÉ SUR CETTE CIBLE

Conquête. Exister en communication, convaincre l'été ET l'hiver. Travail sur la notoriété

NOTRE +

Les villages hyper vivants, l'environnement peu aménagé....



Les Terroirs et Bon Moments



Sensibilité Durable

gastronomie patrimoine marché local marchés qualité charme
curieux ralentir paysages ressourcer



TERROIRS ET BONS MOMENTS

LAURENT, MARTINE, PASCAL ET CHRISTINE

De 62 à 71 ans

**AUTHENTICITE
LOCAL
QUALITE**



Prendre le temps de profiter des bonnes choses



MOTEURS, ATTENTES

- Recherchent bons standards hébergement et restauration, peuvent être ok avec qq chose d'un peu rustique si c'est propre et sympa.
- Curieux et gourmands, hédonistes, veulent découvrir la culture, la gastronomie, les produits locaux, pourquoi pas de manière encadrée.
- Partage entre amis, convivialité y compris avec les locaux



FRUSTRATIONS

- Mauvais niveau de service
- Si c'est trop dur, si ils se sentent en difficulté (-c'est mal indiqué!)
- Intersaison: on ne sait pas ce qui est ouvert ou fermé !!!

MODE D'HEBERGEMENT auberge, gîte, qqs nuits en refuge, chambre d'hôte air bnb de charme

PÉRIODE PRIVILÉGIÉE hors vacances scolaires, hiver pour les plus sportifs mais sinon plutôt été élargi

DESTINATIONS FÉTICHES Les Gets, Morzine, Luberon pour faire les brocantes et bien manger, Route des Grandes Alpes jusqu'à la mer, Italie, intersaison routes des vins en Bourgogne ou en Alsace

EN ATTENTE DE informations claires : patrimoine, bonnes adresses, produits locaux, itinéraires faciles et balisés

**PRIORITÉ SUR
CETTE CIBLE**

Cible à potentiel été et intersaisons, à convaincre aussi l'hiver ! Gagner en notoriété

NOTRE +

Offre culturelle/patrimoine, bourgs vivants



Les Tribus Authentiques



PARTAGER NATURE DEHORS DÉCOUVRIR ANIMAUX SOUVENIRS SKIER



TRIBUS AUTHENTIQUES GERALDINE, XAVIER ET LEURS 3 ENFANTS

45, 47, 16, 13 et 9 ans

SOUVENIRS
FAUNE ET FLORE
TRANSMISSION



La simplicité des moments en famille

MOTEURS, ATTENTES



- Budget contraint, veulent prévoir (tout compris c'est bien)
- Veulent pouvoir partager des activités en famille
- Ultrafidèles, peuvent être propriétaires (et veulent être reconnus comme tels),
- Se faire des souvenirs: les «fondamentaux des vacances»: étoile, descente aux flambeaux, voir des marmottes, manger une gaufre...
- Faire un extra: acrobbranche, chiens de traîneau...



FRUSTRATIONS

- Quand la logistique est trop compliquée (skis aux pieds c'est bien)
- L'impression de sortir tout le temps son porte-monnaie (pass activités c'est top!)
- Quand il fait pas beau !!!

MODE D'HEBERGEMENT appartement, club, passetn par leur CE, ou bien leur propre appartement

PERIODE PRIVILEGIEE Vacances scolaires, l'hiver, été pour les propriétaires

DESTINATIONS FETICHES Valloire, Les Saisies, La Rosière, Les Ménuires, La Plagne, Pralognan, Arèches Beaufort, Biscarosse, Port Grimaud

EN ATTENTE DE encadrement pour les enfants, offres tout compris, activités nature

**PRIORITÉ SUR
CETTE CIBLE**

Peu différenciants sur l'image, cible historique et importante commercialement, à conforter hiver comme été
>> Satisfaire pour fidéliser

NOTRE +

Diversité/taille



Les Actifs Sensations

SPORT sensations dépassement skier partage secret SPOT
POINTU services convivial s'amuser PROFITER



LES INTENSIFS

JÉRÉMIE, BASTIEN ET NICO

28, 34 et 35 ans

DEPASSEMENT
EXPERIENCE
PARTAGE



Sport et sensations entre potes

MOTEURS, ATTENTES

- Groupes d'amis sportifs (de tous les jours ou réunis pour l'occasion), viennent pour une activité spécifique, ski alpin, faire les cols à vélo, de la rando à skis, du hors-piste, grimper...peuvent être locaux.
- Peuvent être en recherche d'un spot encore un peu inconnu pour dire qu'ils l'ont fait.
- S'adaptent à des conditions un peu rustiques
- Peuvent changer de plans selon les conditions, ou bien au contraire prévoient très longtemps à l'avance leur semaine entre potes



FRUSTRATIONS

- Quand les conditions sont pourries
- Quand il y a trop de monde sur le spot
- Quand ils ne peuvent pas faire réparer rapidement leur matos

MODE D'HEBERGEMENT appartement, hôtel, air bnb, peuvent bivouaquer ou refuges

PERIODE PRIVILEGIEE hors vacances scolaires, semaine ou court séjour

DESTINATIONS FETICHES Val D'Isère, Val Thorens, Chamonix, La Grave, Verbier, en itinérance sur un Massif...

EN ATTENTE DE terrain de jeu pour leurs exploits, infos topos et itinéraires, services spécifiques

**PRIORITÉ SUR
CETTE CIBLE**

> Pas de gros levier de différenciation. Être bons commercialement

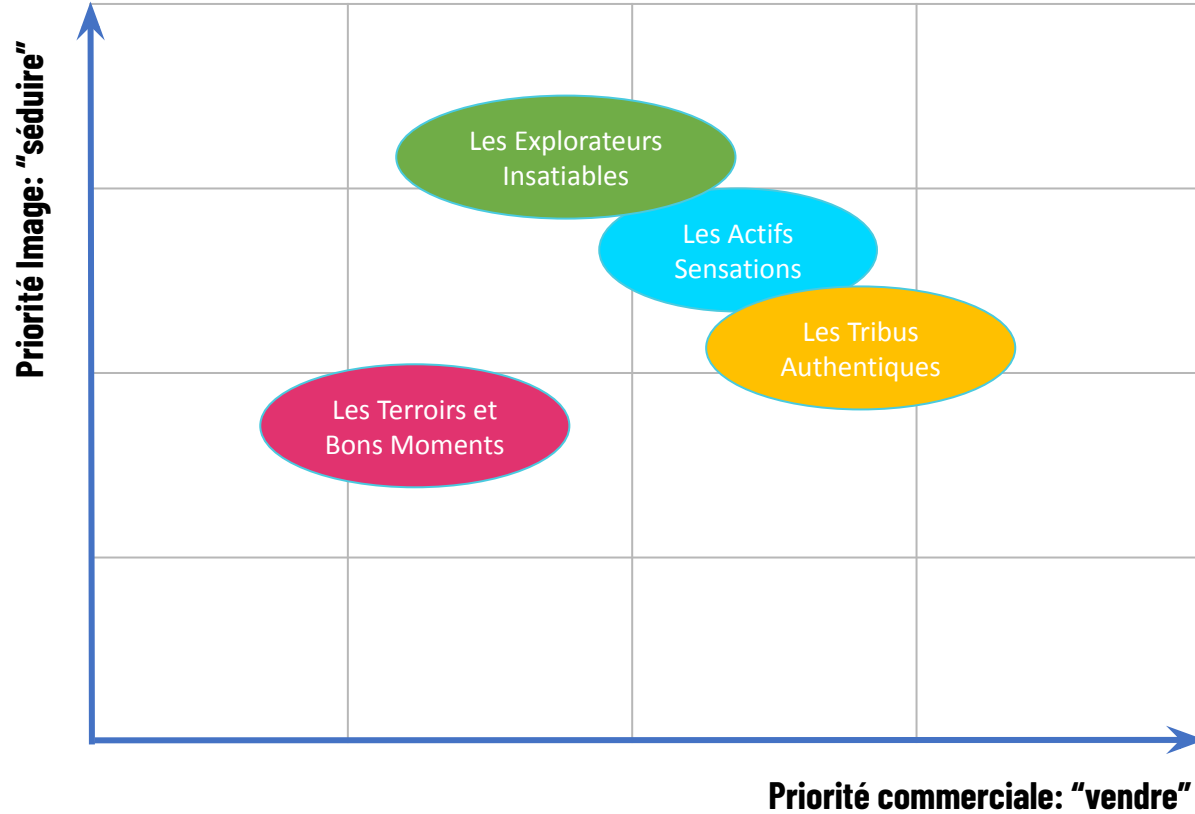
NOTRE +

Rapport Q/P du DS, environnement sauvage

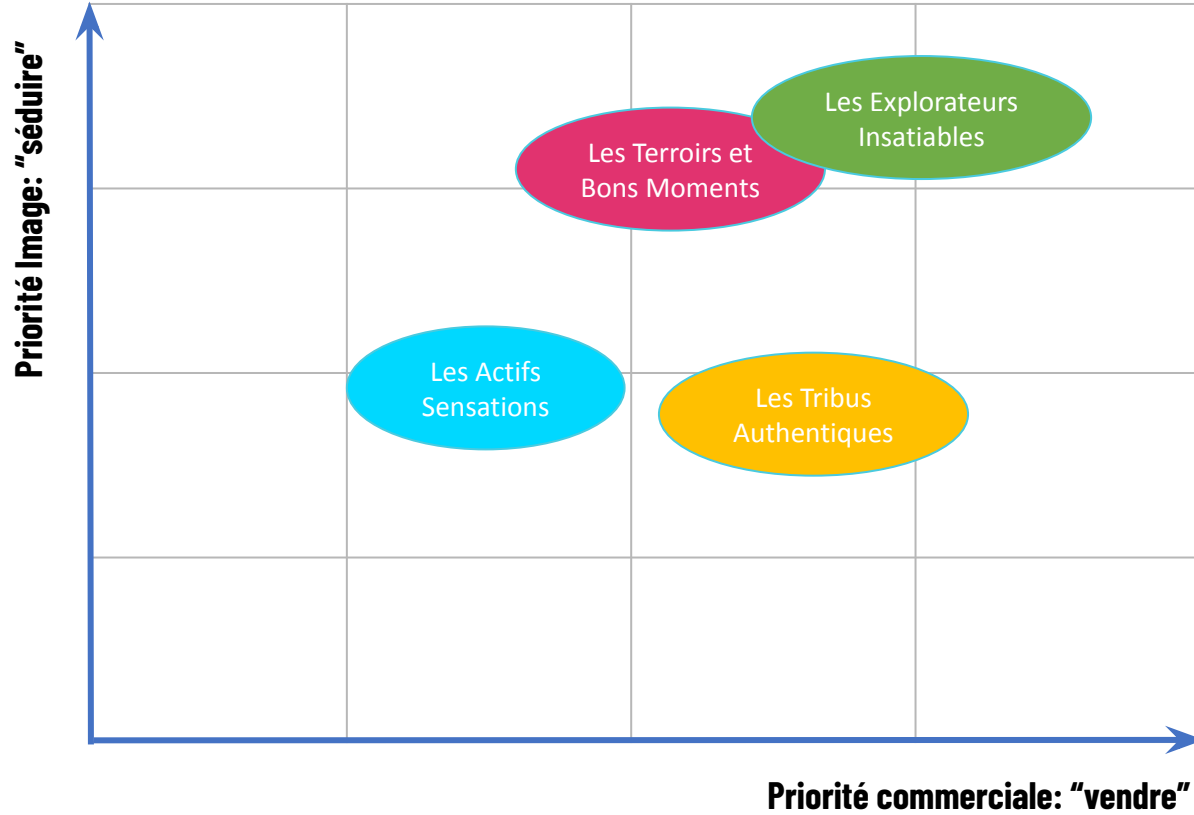


	Aujourd'hui	Demain
Consommation	<p>A qui vendons-nous ?</p> <p>L'hiver : VS Tribus authentiques + Été Terroir et bons moments Actifs sensations + En dev Explorateurs insatiables</p>	<p>A qui souhaitons-nous vendre ?</p> <p>Explorateurs insatiables Tribus authentiques (à conforter)</p>
Communication	<p>A qui parlons-nous ?</p> <p>Tribus authentiques Actifs sensation</p>	<p>Qui souhaitons-nous convaincre ?</p> <p>Actifs sensation (l'hiver) Explorateurs insatiables "terroirs et bons moments" (l'été)</p>

CIBLAGE HIVER



CIBLAGE ÉTÉ



3.

NOS ATOUTS

BÉNÉFICES CLIENT

Émotionnels

- Imaginaire assez dépaysant, à la fois vivant et voyageur (les villages le long de la route, le lien avec l'Italie, les grands espaces à proximité)
- Lieux vivants, mixtes, on a l'impression d'être dans un "vrai" endroit (ce n'est pas juste joli)

Ouverture, découverte, lien, vivant (je suis au "cœur", carrefour, une montagne vivante, humaine)

Fonctionnels

- Grand domaine skiable, image d'innovation (tarification dynamique)
- Services et commerces largement ouverts
- Variété des offres d'hébergement disponibles

Bonne offre servicielle (la valeur sûre)

NOS ATOUTS

Ce qui nous est propre :

Le plus grand domaine skiable de Haute Maurienne, de qualité (modernité des infrastructures)

Le lac et le col du Mont Cenis

Les villages, variés et vivants, le long de la route > une bonne offre servicielle de base + diversité des ambiances

Le lien avec l'Italie et l'imaginaire "voyage"

Le patrimoine historique et industriel

Le dénominateur commun HMV :

Le Parc de la Vanoise et son imaginaire

L'offre randonnée, les refuges

L'offre cyclo

Richesse des sites patrimoniaux: forts, barrages, sites classés...

Espaces naturels préservés et peu urbanisés > ambiance lointaine, grands espaces et aventure...

Grande diversité d'activités de montagne et d'ambiances hiver et été

4.

**NOTRE UNIVERS,
NOTRE IDENTITÉ**

PRÉAMBULE : LA MARQUE HAUTE MAURIENNE VANOISE ET SON ARTICULATION AVEC LES STATIONS



Haute Maurienne Vanoise

VALFRÉJUS | LA NORMA | AUSSOIS
VAL CENIS | BESSANS | BONNEVAL SUR ARC

TOGETHER WE HAVE FORCE.
 TOGETHER WE HAVE FORCE.
 TOGETHER WE HAVE FORCE.
 TOGETHER WE HAVE FORCE.
 TOGETHER WE HAVE FORCE.
 TOGETHER WE HAVE FORCE.
 TOGETHER WE HAVE FORCE.
 TOGETHER WE HAVE FORCE.
 TOGETHER WE HAVE FORCE.
 TOGETHER WE HAVE FORCE.

Une marque "signature" qui vient enrichir les marques station

> par la **cohérence géographique** induite par le nom (facilite la compréhension et l'attribution des destinations)

> par **l'imaginaire puissant** qu'elle véhicule: sauvage, nature, montagne, authentique... c'est une clé de différenciation avec les concurrents montagne

> par la **montée en qualité de la forme**, qui tire l'image de chaque destination vers le haut



Haute Maurienne Vanoise est donc le “Intel inside” des marques de destination

Se rendre dans une destination à “signature” Haute Maurienne Vanoise, **c’est la garantie de** découvrir des villages et stations vivants, hyper accessibles et au cœur d’une montagne préservée et sauvage, des terrains de glisse, de découverte, d’aventure et de ressourcement d’une variété exceptionnelle, au plus proche du Parc National de la Vanoise.

- *La marque Haute Maurienne Vanoise sera systématiquement utilisée en lien avec les marques station, et réciproquement.*
- *Cela veut dire également qu’il n’est pas nécessaire de faire cohabiter les logos station et le logo Haute Maurienne Vanoise.*

> Implications graphiques



**Haute Maurienne
Vanoise**

VALFRÉJUS | LA NORMA | AUSSOIS
VAL CENIS | BESSANS | BONNEVAL SUR ARC



Val Cenis

Haute Maurienne Vanoise



Bonneval sur Arc

Haute Maurienne Vanoise

Logos stations: ils ne changent JAMAIS (pas d'adaptation)



**Haute Maurienne
Vanoise**



Val Cenis



Valfréjus



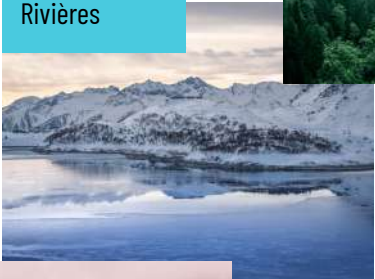
Altitude
Haute Montagne

Lacs
Eau
Glaciers
Rivières

Forêt
Faune
Sauvage
Nature
Parc National
de la Vanoise

Identité
Patrimoine

Univers



Itinérance
Voyage
Aventure
Exploration
Refuge



Sport
Glisse
Energie



Haute Maurienne
Vanoise

VALFRÉJUS | LA NORMA | AUSOIS
VAL CENIS | BESSANS | BONNEVAL SUR ARC



Emotion
Chaleureux
Accueil
Partage
Communauté
Mélange
Varié
Ouverture
Joie
Humain
Accessible
Intergénérationnel
Populaire

VIVANT



AUTHENTIQUE

Vintage
Terroir
Origines
Agriculture
Histoire
Patrimoine
Local
Ancestral
Caractère
Architecture



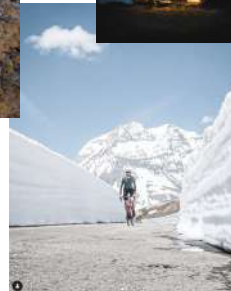
Modernité
Innover
Renouveler



EXPLORATION



Voyage
Surprise
Déplacement
Tout terrain
Paysages
Sport
Ski
Grands espaces
Itinérance
Sauvage
Découverte
Barouder
Mobilité



Lacs
Eau
Glace
Neige
Fragile
Durable
Forêt
Sobre
Ressources
Faune
Ecologie



Val Cenis
Haute Maurienne Vanoise



SKI



VAL CENIS

1 Day - 1 Deal ! Anticipez ! Économisez !



Qualité
Valeur sûre
Savoir Faire
Simple
Pratique

SOBRIÉTÉ PROTECTION NATURE



Ressourcement
Zen
Rêve
Sérénité