



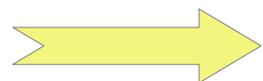
# PLAN D' ACTIONS 2016/2017 PROMOTION DES STATIONS DU PAYS DE GRASSE

**Les stations de l'Audibergue et de Gréolières**

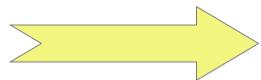
*Document de travail sous réserve de modifications*



# Le tourisme de montagne, un atout pour la destination Grasse tourisme



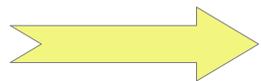
Contexte du secteur



La convention de partenariat SMGA/OT de GRASSE



Le plan d'actions 2016/2017



Conclusion



# Contexte du secteur

# La montagne



On estime que le poids économique du tourisme en montagne représente 9 milliards d'euros de chiffre d'affaires, et la clientèle étrangère représente 30% de ce total.

La montagne présente un vaste potentiel de registres, et donc de produits touristiques, en lien avec la bi-saisonnalité de la destination et sa pluralité.

- La saison "hiver", liée aux sports d'hiver, se concentre fortement sur les périodes de vacances scolaires et concerne un territoire plus étroit (en lien avec l'enneigement nécessaire à ce type de séjours).

Avec 55.3 millions de journées skieurs vendus pour la saison 2013/2014, la France se place au deuxième rang des destinations mondiales du ski, derrière les Etats-Unis.

- La deuxième saison, essentiellement estivale (mais qui peut également se développer hors de la période liée aux congés d'été: printemps, automne, selon les territoires), est susceptible de concerner l'ensemble des territoires de montagne.

*(Source Atout France)*



# Les chiffres clés du tourisme de pleine nature

**1 Français sur 3 de 15 à 75 ans déclare pratiquer au moins un sport de nature.**

La randonnée à pied et le vélo-VTT de loisir étant les plus souvent cités.

**3 millions de licences au sein des 34 fédérations des sports de nature (2011)**

***136000 licenciés FFS***

**29,4 millions de mobinautes**

**43 millions de Français se sont connectés au web au moins une fois dans le mois.**

**23% des Français disposent d'une tablette tactile**

# Les chiffres clés du tourisme de montagne en Pays de Grasse



**De 30 000 à 115 000 forfaits vendus** en fonction de l'enneigement en hivers (moyenne 69.300 skieurs par saison)

**1 152 889 € HT de CA moyen HT sur les 9 dernières années.**

Les stations de Gréolières-les-Neiges et de l'Audibergue constituent le **pôle économique le plus important du haut pays grassois.**

En moyenne, **120 emplois sont induits** par les activités des stations.

**1250 lits à Gréolières les Neiges**, presque exclusivement en résidences secondaires et environ 2000 lits, en ajoutant ceux qui sont situés au village ou dans les écarts, sous forme de résidences secondaires et quelques gîtes et chambre d'hôtes.

**40 000 € de CA** pour l'exploitation **du télésiège de la Moulière en été & plus de 200 000 € de CA** répartis pour les autres acteurs du **Parc de La Moulière** (Via souterrata, Arbre Aventures, tipis, Snack communal de la Glacière, location de VTT)



# Un secteur très concurrentiel



Et .....



**Un territoire avec un fort potentiel de développement économique via l'activité touristique de pleine nature**

- Nous nous trouvons aujourd'hui dans un marché très concurrentiel
- Multitude d'acteurs de la promotion touristique
- De nombreux outils de valorisation
- Dispersion de l'info sur les réseaux sociaux



**Une destination qui mérite d'être valorisée**



**Un besoin de coordination et de co-construction de l'offre pour être plus attractif**



# La convention de partenariat entre le SMGA et l'Office du Tourisme de Grasse



# Présentation du SMGA

Le Syndicat Mixte des Stations de Gréolières et de l'Audibergue, dans le cadre de ses Statuts, a pour objet l'étude, l'aménagement, la réalisation, l'exploitation et la promotion des équipements du domaine skiable nécessaires à la pratique du ski alpin, s'il y a lieu du ski de fond, et de toutes pratiques sportives requérant l'usage des remontées mécaniques ou contribuant à développer le potentiel économique des stations de Gréolières-les-Neiges et de l'Audibergue.

Il est composé de 3 membres à savoir :

Le Département des Alpes Maritimes (95%)

La commune de Gréolières (4%)

La CA du Pays de Grasse (1%)

Ce service public à caractère industriel et commercial (SPIC) est géré en régie directe. Ses recettes proviennent de la vente de forfaits liés à l'exploitation des RM et à la contribution de ses collectivités membres.

Ces deux stations sont déjà présentées par les différents acteurs, comme les stations de ski du Pays de Grasse et représentent un acteur incontournable du développement du tourisme de nature en Pays de Grasse.

# Quid du ski en Pays de Grasse ?

Nature active - Office de t... × +

www.grassetourisme.fr/Nature-active

Rechercher

es plus visités Débuter avec Firefox Galerie de composants... Web Slice Gallery

AUTRES LANGUES 

**Grasse**  
Tourisme

Rechercher :

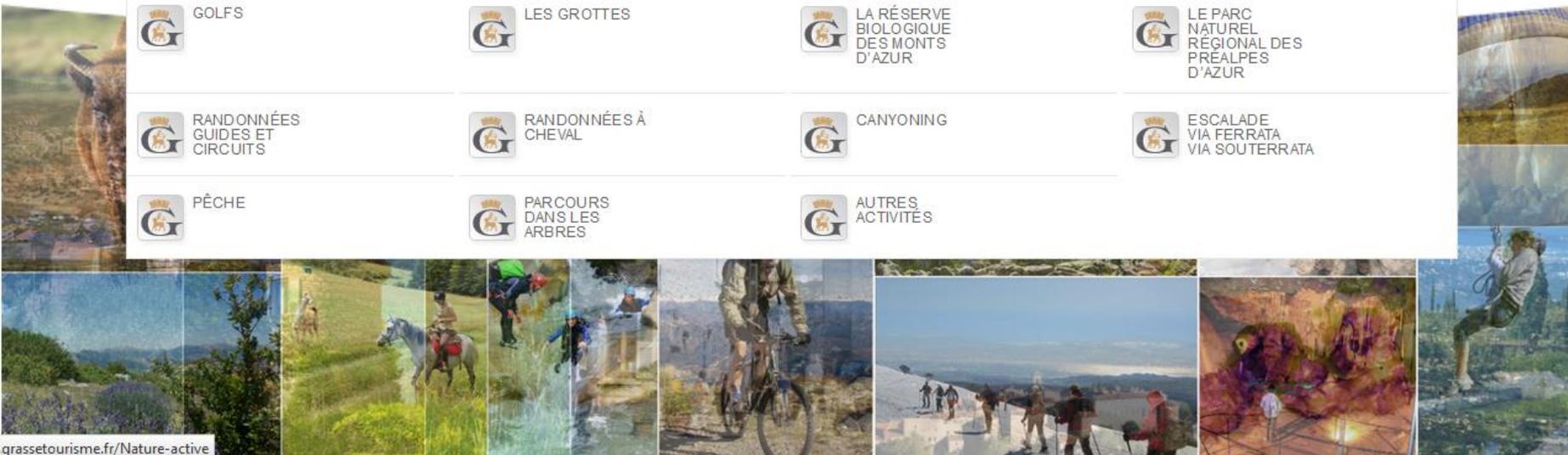
**LES ACTUS**

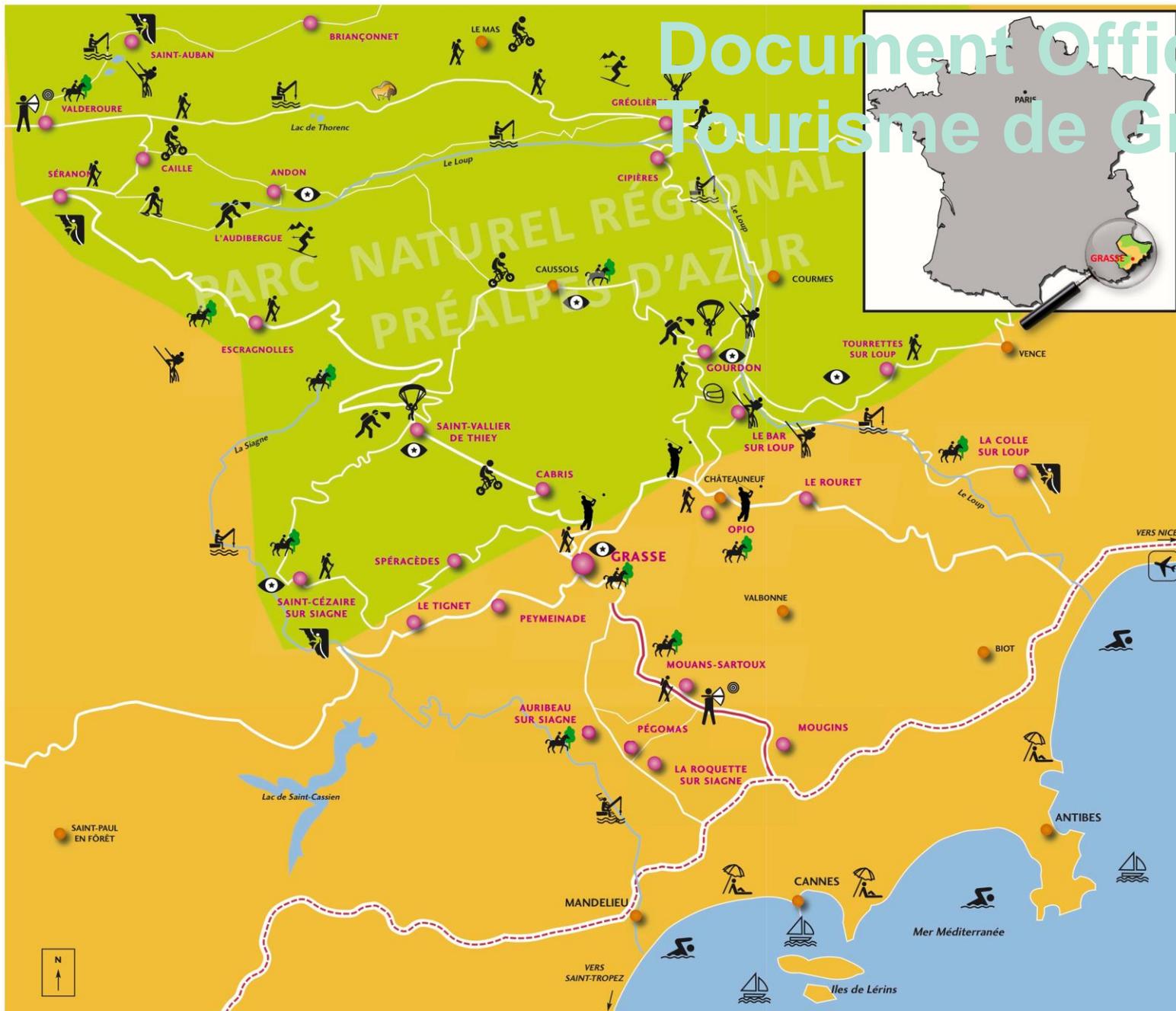
  PRÉSENTATION  FLEURS & PARFUMS  CULTURE & PATRIMOINE  **NATURE ACTIVE**  ART DE VIVRE & GASTRONOMIE  LE PAYS DE GRASSE  HÉBERGEMENT

 GOLFS	 LES GROTTES	 LA RÉSERVE BIOLOGIQUE DES MONTS D'AZUR	 LE PARC NATUREL RÉGIONAL DES PRÉALPES D'AZUR
 RANDONNÉES GUIDES ET CIRCUITS	 RANDONNÉES À CHEVAL	 CANYONING	 ESCALADE VIA FERRATA VIA SOUTERRATA
 PÊCHE	 PARCOURS DANS LES ARBRES	 AUTRES ACTIVITÉS	

grassetourisme.fr/Nature-active



# Document Office du Tourisme de Grasse



# Objectifs de la convention de partenariat :

**La conduite du changement pour mieux promouvoir la destination et répondre aux attentes de nos visiteurs**

- ➔ En valorisant le travail de partenariat effectué et non valorisé depuis plus de 2 ans ;
- ➔ En partageant les veilles stratégiques pour plus de performance ;
- ➔ En mettant en place une vraie mutualisation des moyens humains, techniques et financiers ;
- ➔ En enrichissant l'offre de « nature active » de l'office du tourisme de Grasse (toujours plus de sens, plus de contenu, plus d'offres, plus de partenaires Grasse au travail de réseau)



En sa qualité d'Office de Tourisme classé, l'OTG s'engage à mettre à disposition du SMGA, son expertise et son savoir-faire pour



**Article I** – accompagner les actions du Syndicat pour la promotion touristique des sites de Gréolières-les-Neiges et de l'Audibergue/La Moulière, initiées par le SMGA.

**Article II** – participer à la représentation et à la mise en valeur des deux sites grâce à tous types d'actions physiques que maîtrise l'OTG tendant à mettre en valeur le Haut Pays de Grasse et/ou les actions de nature active (salons, workshops, conférences...).

**Article III** – participer à la représentation et à la mise en valeur du SMGA grâce à tous types d'actions numériques que maîtrise l'OTG tendant à développer le Haut Pays de Grasse et/ou les actions de nature active.

**Article IV** – participer à la représentation des deux sites dans le domaine de la presse et des médias par tous biais à la disposition des professionnels de l'Office de Tourisme : accueils presse, fam trip, lancement de saison, partenariats...

**Article V** – participer et assister le SMGA pour ses actions de promotion autour de la labellisation « Flocon Vert » garantissant l'engagement durable des destinations touristiques de montagne.

**Article VI** – L'OTG participera à la promotion des différents produits touristiques ou événementiels que pourra être amenés à créer le SMGA, en relation avec ses partenaires (exemple : pass « bison futé »)



En sa qualité de partenaire incontournable dans le développement et la promotion des activités de pleine nature en Pays de Grasse, le SMGA s'engage à :

**Article VII** – développer un nouveau site répondant aux mêmes critères que le site portail grasse.fr avec, notamment, les fonctionnalités d'intégration à la plateforme numérique APIDAE.

**Article VIII** – fournir tous types d'informations sur des événements et animations afin de mettre en valeur le territoire Pays de Grasse.

**Article IX** – fournir, en début de saison, un nombre négocié entre les deux parties de forfaits de remontées mécaniques que l'Office de Tourisme utilisera pour ses actions de promotion. Le nombre de forfaits pourra être revu à la hausse en fonction des actions réalisées.

**Article X** – créer un Comité de Pilotage en liaison avec la CAPG et la CASA dans l'objectif de participer, dans la mesure des moyens financiers de chacun, à une promotion touristique pour la mise en valeur des partenaires du territoire.

Une présence saisonnière, si ce projet remportait l'adhésion des partenaires institutionnels et parvenait à mobiliser les financements nécessaires, pourrait être envisagée.

**Article XI** – pour contribuer à la réalisation de ces actions, le SMGA s'engage à adhérer à l'OTG pour un montant forfaitaire de 1.500 € pour l'année 2016. Cette adhésion conféra un poste au sein du Conseil d'Administration de l'OTG.



# PLAN D' ACTIONS 2016-2017

- Sites Internet :
  - [www.grassetourisme.fr](http://www.grassetourisme.fr) : valoriser les stations comme site incontournable de « nature active en pays de Grasse »
  - [www.stations-gréolieres-audibergue](http://www.stations-gréolieres-audibergue) : (site en reconstruction par WACAN) – Promouvoir Grasse Tourisme et faciliter l'accès à l'information
- Réseaux sociaux : relayer l'information (ouverture des stations, ...) et les évènements

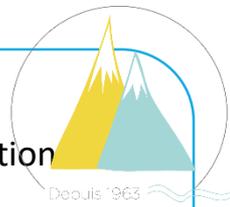
- Poursuivre le travail de collaboration (OTG – SMGA – CRT – PNR) pour accueillir in situ et faire découvrir sous le meilleur angle la richesse du haut Pays de Grasse au fil des saisons.
  - NB : 15 actions promotion presse ont été réalisées sur la thématique Haut Pays en 2016 en parfaite complémentarité entre nos différentes structures
  - Production commune SMGA/OTG de contenu rédactionnel et photothèque pour faciliter le dialogue et répondre à la demande des journalistes (hors accueils in situ)

- Salons : Destination « Côte d'Azur »
  - Salon destination nature à Paris : Valorisation des stations par l'OT de Grasse
  - Salon VTT Roc d'Azur : Banque partagée Grasse Tourisme SMGA (NB : en 2016 La banque était partagée avec Vence) pour améliorer la visibilité du Pays de Grasse



## Promotion de Proximité

- Bienvenue à Grasse :
  - Participation du SMGA à certaines actions de l'OT de Grasse (PDJ rencontres, formation ambassadeurs du Pays de Grasse, lancement des saisons hiver / été...)
  - Participation à la fête du PNR : Mutualisation des moyens pour plus de visibilité et de pertinence sur le message marketing
- Promotion spécifique des stations :
  - Co-organisation le lancement des saisons sur site sur le principe des apéritifs rencontre (Printemps à La Moulière et en début d'hiver à Gréolières)



## Réseau

- Poursuite du travail de collaboration entre nos deux structures afin de fédérer l'ensemble des partenaires et acteurs du tourisme autour de la destination « Grasse tourisme »
- Co-construction de la stratégie marketing autour de la promotion de la « nature active » en Pays de Grasse

## Evaluation

- Co-organisation d'une conférence de presse biannuelle en présence des acteurs et partenaires de l'OTG et du SMGA pour faire le bilan de la fréquentation touristique dans le haut Pays de Grasse

# La construction de produits écotouristiques par le SMGA



**BISON FUTÉ  
TRAFIC FLUIDE  
À GRÉOLIÈRES!**



**1/2 JOURNÉE SKI  
À GRÉOLIÈRES  
+ SAFARI EN TRAINEAU  
AVEC DÉJEUNER MONTAGNARD  
À LA RÉSERVE DES MONTS D'AZUR**

**49€/Adulte 44€/Ado 30€/Enfant**

ES/100 PHOTO



 **RÉSERVE DES  
MONTS D'AZUR**  
THORENC À 10MN DE GRÉOLIÈRES

 **GRÉOLIÈRES  
L'AUDIBERGUE**  
SAFARI MONTAGNARD

Réservations : 04 93 60 00 78

30000 visiteurs / an sur la  
réserve des Monts d'Azur



# CONCLUSION

# Positionner le Pays de Grasse comme LA destination pleine nature de proximité au sein de la destination Côte d'Azur



- ➔ **Avoir une parfaite connaissance du milieu**
- ➔ **Construire une stratégie partagée et mutualiser**
- ➔ **Valoriser les ressources locales**
- ➔ **S'appuyer sur les opportunités**
- ➔ **Accueillir et partager – Etre ambassadeur**
- ➔ **Engager une stratégie e-marketing forte**

**Le Pays de Grasse un territoire  
riche d'aventures**