

NICE | 18-19 MAI 2016

2 jours pour penser demain

**AVEC L'ASSOCIATION
NATIONALE DES MAIRES
DES STATIONS DE MONTAGNE**



ANMSM
— ASSOCIATION NATIONALE DES —
MAIRES DES STATIONS DE MONTAGNE





NICE | 18-19 MAI 2016

2 jours pour penser demain

AVEC L'ASSOCIATION NATIONALE DES MAIRES DES STATIONS DE MONTAGNE

PRÉFACE

L'avenir de la montagne est en marche par Charles-Ange Ginésy

CHAPITRE 1

Grande réflexion : 2016, année tournant

CHAPITRE 2

France Montagnes : une nouvelle stratégie de promotion

CHAPITRE 3

Grand remue-méninges : l'ascension numérique vers de nouveaux sommets ?

ZOOM SUR...

3 innovations au service des stations

CHAPITRE 4

Renforcement des partenariats

CHAPITRE 5

Grandes retrouvailles : moments d'échanges et de partage



La montagne a de l'avenir !

Depuis sa création au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne a pour principales missions d'informer, défendre, promouvoir, développer et préparer l'avenir des stations françaises. Alors que s'achève cette année 2016, où nous avons fêté son soixante-dixième anniversaire, ces cinq mots résonnent comme jamais. Forte de 117 communes supports de 108 stations réparties dans cinq massifs - les Alpes, le Jura, le Massif central, les Pyrénées et les Vosges, l'ANMSM œuvre pour faire avancer la montagne. C'est un devoir et une immense fierté.

UNE CÉLÉBRATION COLLECTIVE POUR UN ANNIVERSAIRE D'EXCEPTION

Pour ce moment exceptionnel dans la vie de notre association, j'ai souhaité rassembler nos membres bien sûr, mais aussi nos partenaires. Nous avons ainsi réuni plus de 150 invités les 18 et 19 mai à Nice pour un congrès historique. Jamais notre association n'avait organisé pareil rassemblement.

Les soixante-dix ans de l'ANMSM, de 1946 à 2016, ne pouvaient être qu'un Grand Rendez-vous. Pour l'honorer, à l'image des parcours de Grandes Randonnées, GR célèbres et mythiques qui sillonnent nos massifs, le GR 46-16 de l'ANMSM a mis à l'honneur, tout au long de l'année, l'histoire de l'association à travers différentes étapes à la rencontre des Maires sur le terrain.

C'est également dans ce sens que j'ai décidé, dès mon arrivée à la présidence de l'ANMSM en 2014 et pour la première fois de son histoire, de diminuer les contributions de 20% afin de permettre à toutes les communes et notamment les plus petites de nous rejoindre et ainsi consolider et renforcer la représentativité de l'ANMSM. Un message fort dont les effets ne se sont pas fait attendre ! Cette année, nous avons été très heureux d'accueillir officiellement parmi nous six nouveaux venus : les cinq stations du Queyras : Abriès, Arvieux, Ceillac, Molines-en-Queyras et Saint-Véran ainsi que La Colmiane dans les Alpes Maritimes.

DES AMBITIONS POUR LES STATIONS DE DEMAIN

Au Palais des Rois Sardes à Nice mis à notre disposition par le Président du Département des Alpes-Maritimes, Eric Ciotti, et sur la Promenade des Anglais, reçus par Christian Estrosi, Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, nous avons dressé l'ambition des stations de montagne pour l'aménagement durable et la transition numérique.

Ensemble, nous avons touché du doigt l'esprit des pionniers : le pouvoir de l'échange, du partage, la conviction que l'on n'est jamais aussi fort qu'en avançant en équipe. Une dynamique collective que nous partageons avec Michel Giraudy, Président de France Montagnes, Gilles Chabert, Président du Syndicat National des Moniteurs du Ski Français et Pierre Lestas, Président des Domaines Skiabiles de France.

« Nous devons offrir un outil touristique 4 saisons »

Si le Département des Alpes-Maritimes peut s'enorgueillir de l'aura internationale de la Côte d'Azur, il n'en reste pas moins un territoire profondément ancré dans la montagne, dans le Mercantour, où il puise toutes ses origines, ses racines, sa culture, son identité... Depuis le littoral, on peut découvrir au loin les 465 sommets des Alpes qui dépassent les 2000 mètres d'altitude, dont 6 s'élèvent à plus de 3000 mètres.

En 1800, Cannes comptait 2900 habitants et Cagnes-sur-Mer 1100 habitants quand leurs grandes sœurs du Moyen-Pays comme Grasse ou Vence comptaient respectivement 12000 et 2700 âmes.

Le Chevalier Victor de Cessole, fils d'une vieille famille de la noblesse niçoise, fit partie au début du 20^e siècle de ses précurseurs qui œuvrèrent pour ouvrir la Montagne Française et ses loisirs au plus grand nombre.

Aujourd'hui à moins de 90 minutes de voiture depuis Nice, les 15 stations des Alpes-Maritimes, dont Auron, Isola 2000 et Valberg sont les fers de lance, permettent de s'adonner aux joies de la glisse en hiver et à de multiples activités de pleine nature en été.

Élu de cette montagne azurée, je suis particulièrement attaché au développement de ce territoire et avec le Département des Alpes-Maritimes, j'ai fait le choix volontariste de soutenir tous les investissements engagés par nos stations, que ce soit dans le produit neige ou dans la nécessaire diversification des activités de pleine nature, afin d'offrir un outil touristique 4 saisons, adapté aux évolutions économiques, sociales et climatiques.

Je suis également très attentif à l'unité de la montagne française, destination d'excellence et industrie leader au plan



Le Président Eric Ciotti a mis à disposition le Palais des Rois Sardes pour accueillir le Grand Rendez-vous de l'ANMSM.

international qui a permis à notre pays de développer un savoir-faire sans équivalent.

A ce titre je félicite tous les maires de l'Association Nationale des Maires de Stations de Montagne et bien évidemment votre président, Charles Ange Ginésy, pour cet engagement constant et couronné de succès afin de faire prospérer votre filière d'excellence qui fait rayonner la France à travers le monde.

Cette philosophie est celle qui m'anime continuellement à la tête de l'institution départementale et vous trouverez toujours en moi un soutien sans faille pour défendre les décisions de l'ANMSM prises dans cet objectif.

Inspirons-nous tous de cet état d'esprit pour aller de l'avant et transmettre aux générations futures, des stations durables, prospères, compétitives, modernes, innovantes et fières de leurs racines. C'est le plus beau cadeau d'anniversaire que nous pouvons espérer pour les 70 Ans de l'ANMSM.

Eric Ciotti

Député

Président du Département des Alpes-Maritimes

GRANDE RÉFLEXION : 2016, année tournant

La réunion du conseil d'administration et les assemblées générales ordinaire et extraordinaire de l'association ont donné l'occasion de revenir sur quelques thèmes qui nous préoccupent en priorité.

Depuis sa création en 1945-1946, l'Association nationale des maires des stations de montagne a été présente à chacun des tournants historiques des stations françaises. Classement de stations, plan neige, loi Montagne... Sans son action permanente, la montagne française n'aurait aujourd'hui pas le même visage.

Ce travail de l'ombre est plus que jamais essentiel. En cette année 2016, les sujets qui nous occupent représentent autant d'enjeux essentiels pour l'avenir des stations. Trente ans après la loi Montagne, un acte II est actuellement en cours et doit notamment tenir compte de la révolution numérique. Dans un contexte de modification profonde de la territorialité, l'ANMSM doit également peser de tout son poids pour que toutes les stations puissent conserver un office de tourisme et rester ainsi actrices de leur développement.

ACTE II DE LA LOI MONTAGNE : OBJECTIF NUMÉRIQUE

La loi du 9 janvier 1985 relative au développement et à la protection de la montagne, dite « loi Montagne », a marqué un tournant dans l'histoire des stations et de l'ANMSM. Pour la première fois, le Parlement débat alors d'un texte applicable à une partie du territoire national : les zones de montagne. Notre association s'impliqua en profondeur dans cette petite révolution législative.

L'ANMSM est aujourd'hui de nouveau présente pour l'acte II. Nombre de nos propositions ont été reprises par le rapport Genevard/Laclais. Nous avons notamment insisté sur l'importance d'une modulation de l'application des normes, la réhabilitation de l'immobilier de loisir, la servitude de passage pour faciliter l'organisation des activités d'été, les classes de découvertes ou encore les finances locales. Avec succès.



Nous souhaitons aller plus loin, notamment sur le numérique. Nos stations de montagne doivent être au cœur de la révolution digitale avec le développement du très haut débit et la couverture en téléphonie mobile, afin de continuer à être identifiées en tant que pôles d'excellence. L'ANMSM regrette qu'aucun déblocage de fonds supplémentaires pour renforcer le déploiement du très haut débit en montagne n'ait pour l'instant été proposé, et se bat pour que ceci soit réparé.

LOI NOTRE : POUR QUE TOUTES LES STATIONS PUISSENT CONSERVER UN OFFICE DE TOURISME

L'ANMSM est également mobilisée afin d'obtenir la modification de la loi du 7 août 2015, dite «NOTRe». En imposant l'intercommunalité, ce texte a ouvert une nouvelle ère. Charles-Ange Ginésy, président de l'ANMSM et député-maire de Péone-Valberg, s'est rapidement engagé en faveur d'une exception au principe général du transfert obligatoire de la compétence promotion du tourisme aux intercommunalités. « Cela porterait un préjudice grave aux stations de montagne, pour lesquelles les offices de tourisme sont des outils indispensables pour les promouvoir au niveau national et international et préserver les économies locales. »

Après avoir interrogé Jean-Michel Baylet le 10 mai 2016 lors de son audition par la commission développement durable de l'Assemblée nationale, notre président s'est vu confirmer l'engagement du gouvernement par le ministre de l'Aménagement du territoire, de la Ruralité et des Collectivités territoriales.

Satisfaite de cette avancée, l'ANMSM a néanmoins souhaité aller plus loin. Son objectif : obtenir une modification législative permettant à toutes les stations de montagne de conserver un office communal si elles le souhaitent. Le critère de station classée est en effet beaucoup trop restrictif, seuls douze adhérents de l'ANMSM pouvant en bénéficier à ce jour.

Le 25 mai 2016, Charles-Ange Ginésy a donc obtenu l'engagement de Jean-Michel Baylet d'élargir la dérogation aux stations en cours de classement. La loi sera modifiée avant la fin de l'année. ■

Christian Estrosi : « Un territoire connecté, c'est un territoire désenclavé »

Les maires de stations de montagne sont de véritables entrepreneurs, qui à un moment donné de l'histoire ont eu le courage et l'audace de développer le tourisme sur leur territoire. Soixante-dix ans après la création de l'ANMSM, le contexte a profondément changé. Face au grand défi de la diversification, l'association guide les stations dans leur positionnement, notamment en matière de numérique et de développement durable.

Christian Estrosi, président de la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, invité à participer au GR46-16, appuie cette action et n'a pas hésité à prendre position. Il souhaite positionner les Alpes-du-Sud comme un territoire d'excellence des « Smart mountains » et a mis en place un contrat « Smart mountains : stations de demain » pour y parvenir. Ce texte s'articule autour de cinq axes. Les deux premiers sont le développement de la neige de culture et le renouvellement des parcs de remontées mécaniques vieillissants

qu'il est « indispensable de moderniser pour endiguer l'effritement de la fréquentation de nos stations et remporter la compétition nationale et internationale. »

Le troisième axe est l'aménagement des cœurs de stations afin de « mieux appréhender les questions de mobilités et de désenclavement de certains de nos territoires. »

Les territoires de montagne doivent également prendre toute leur part dans la révolution numérique : « Le numérique a profondément bouleversé nos modes de production et de consommation. Nous devons nous adapter à ces enjeux pour en faire un atout. Un territoire connecté, c'est un territoire désenclavé ! »

Enfin, le tourisme hivernal après-ski doit se développer encore et toujours pour « compléter l'offre de services touristiques offerts à la clientèle hivernale et développer nos activités sur l'ensemble de l'année. »



France Montagnes : une nouvelle stratégie de promotion

Après plusieurs années de campagne « la montagne, bienfaits pour vous », le bras armé pour la promotion de la montagne française se tourne vers le développement de nombreux partenariats médias.

La promotion est une mission fondamentale de l'Association nationale des maires des stations de montagne depuis sa création. Afin de conquérir de nouveaux adeptes et de séduire le grand public, la montagne française doit travailler son image et s'assurer une présence médiatique forte. Depuis 2009, la promotion des montagnes françaises est l'œuvre de France Montagnes, créée par l'ANMSM, le Syndicat national des moniteurs du ski français (SNMSF) et Domaines skiables de France (DSF). Pour plus d'efficacité, les différents acteurs ont souhaité la mise en place d'un organe unique au fonctionnement simple et lisible. Une décision qui a porté ses fruits.

WWW.FRANCE-MONTAGNES.COM ET ACTIONS MÉDIAS

France Montagnes, basée à Francin en Savoie, propose aux stations adhérentes les services d'une agence web. Celle-ci exploite des données touristiques collectées via la base de données ANMSM, et crée et diffuse du contenu ciblé dans plusieurs pays dans le monde à partir du site www.france-montagnes.com. Grâce à la plateforme de partage de vidéos France Montagnes Motion, elle met également à disposition des minifilms régulièrement actualisés sur les thèmes des activités, événements ou bons plans et conseils liés à la montagne.

FRANCE MONTAGNES
EN MARCHE VERS UNE NOUVELLE STRATEGIE

LA MONTAGNE
BIENFAITS POUR VOUS !

FRANCE MONTAGNES

Le contenu diffusé sur les différents supports utilisés par France Montagnes est le fait de la newsroom, un comité éditorial chargé de sélectionner les thèmes mis en avant en fonction des saisons et tendances du moment.

L'hiver dernier, après de nombreuses années de campagne « La montagne, bienfaits pour vous » axée sur l'expérience montagne et s'adressant principalement au public féminin, France Montagnes a souhaité changer son fusil d'épaule et développer différents partenariats médias. « Plutôt que d'acheter des espaces publicitaires sur le web ou dans les magazines, nous avons noué des relations de confiance avec différents médias clés comme TF1 pour le grand public, Gulli pour les enfants et la cible Famille Plus, Libération ou encore D8, explique Michel Giraudy, président de France Montagnes. L'idée est de pouvoir apporter une vision d'ensemble de la montagne tout au long de l'année. »

Sur les chaînes du groupe TF1, l'émission *50' inside* a été déclinée en *Montagne inside* présentée par Sandrine Quétier, devenant le premier magazine de brand publishing entièrement dédié à la montagne. Sur D8, la série *Tout là-haut*, participant à la promotion de la destination montagne, a été mise en place avec succès. Sur la chaîne pour enfants Gulli, les formats courts *Dans ma télécabine*, à base de scènes « fun », ont pour objectif de donner envie de découvrir toute la montagne toute l'année.

Autre média, autre façon de communiquer : le quotidien *Libération*, principalement lu par les CSP+ (catégories socio-professionnelles à fort pouvoir d'achat), urbaines et

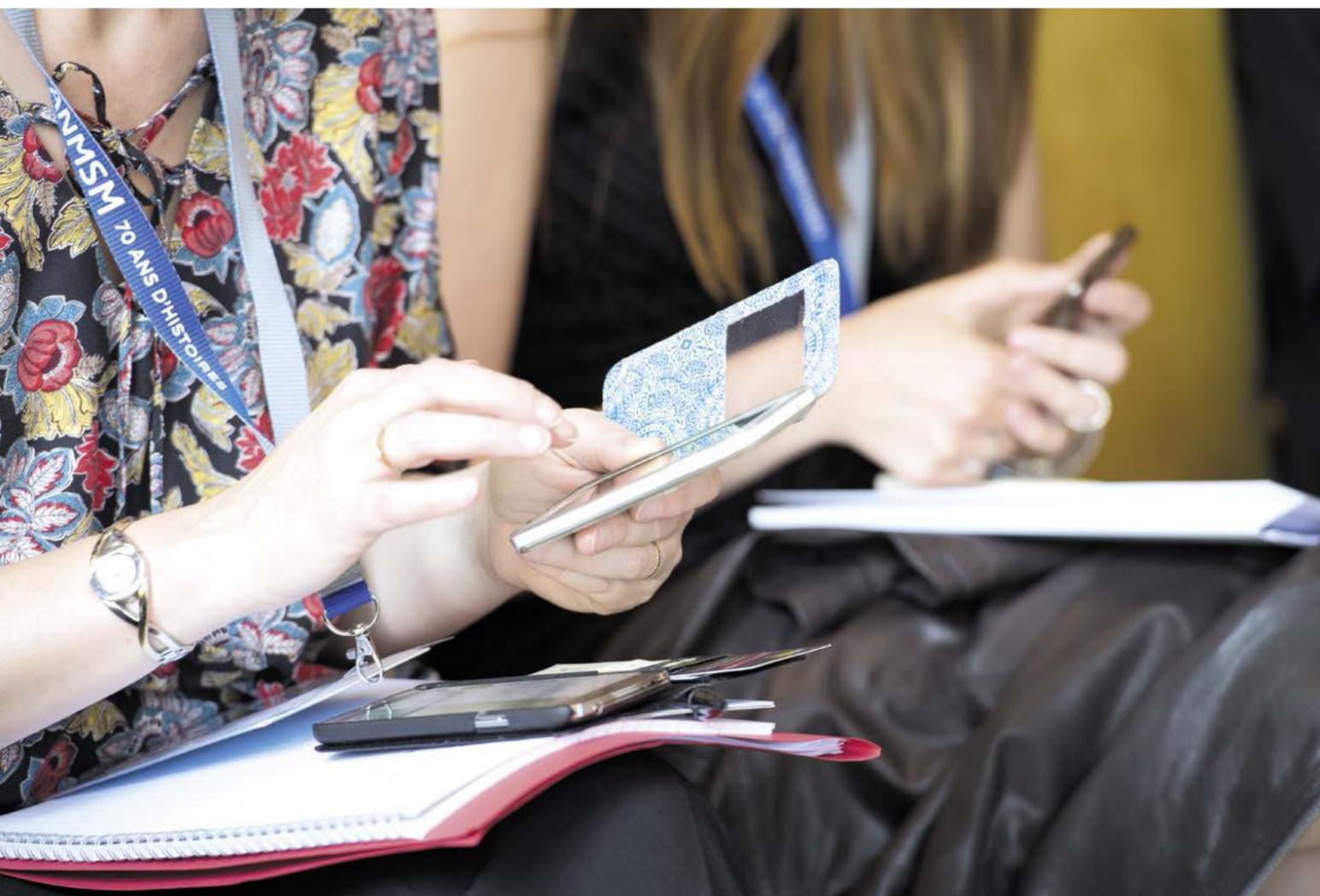
grosses consommatrices de sports de glisse. Sur ce support, 109 articles publiés ont occasionné 438 000 visites et 1 million de pages vues, soit un réel succès. Des personnalités comme Laurent Gerra, Laurent Baffie, Michel Drucker ou Guy Bedos ont parlé de la montagne.

D'AUTRES ACTIONS À LA RENCONTRE DU PUBLIC

Parallèlement à ces partenariats médias, France Montagnes continue à multiplier les opérations promotionnelles de terrain. Saint-Germain des Neiges à Paris, la fête du ski et de la neige avec la Fédération française de ski et un partenariat avec le Tour de France cycliste ont pour vocation première « d'aller à la rencontre des gens là où ils ne nous attendent pas forcément », termine Michel Giraudy.

France Montagnes développe enfin de nombreuses actions pour la promotion des stations sur les marchés étrangers en partenariat avec Atout France. Opérations médias, campagnes de communication en collaboration avec les voyagistes : l'objectif est de mutualiser les moyens pour pousser les ventes des produits France des opérateurs locaux.

Une dizaine de pays « moyens courriers » au premier rang desquels la Grande-Bretagne, la Belgique, les Pays-Bas ou la Russie sont particulièrement ciblés, de même que quelques pays « longs courriers » comme l'Inde, la Chine, le Brésil ou encore l'Australie. ■



Les smartphones, au cœur des nouveaux usages professionnels mais aussi touristiques, étaient omniprésents durant le Grand Rendez-vous de Nice.

GRAND REMUE- MÉNINGES : **l'ascension numérique vers de nouveaux sommets ?**

Après une première matinée consacrée à son assemblée générale, l'Association nationale des maires des stations de montagne a réuni ses invités autour de plusieurs tables rondes. Objectif : échanger, débattre, dessiner les contours de la station de demain, innovante et résolument numérique. Au menu, des sujets ambitieux : Big Data, « smart station », économie collaborative...



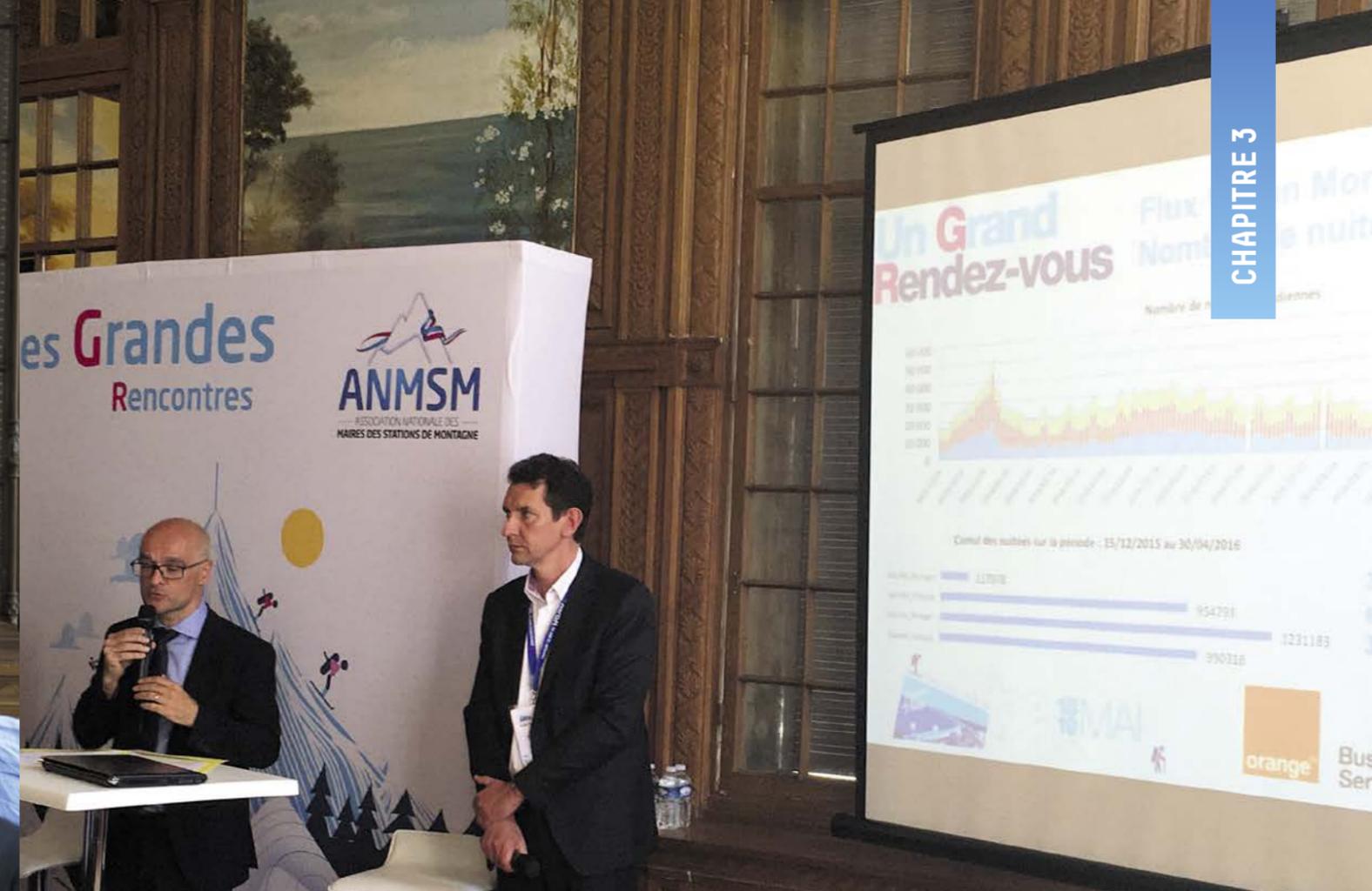
Pour Stessy Speissmann, maire de Gérardmer et président du groupe de travail ANMSM « Numérique », l'ascension numérique est comparable à une course : « La station qui innove aujourd'hui sera demain dans le peloton de tête. »

La manière de consommer les loisirs a profondément changé ces dernières années. Le numérique et l'innovation occupent une place de plus en plus importante et les stations françaises doivent franchir un nouveau palier en la matière. L'ANMSM accompagne ses adhérents dans les grandes mutations et se positionne aujourd'hui comme un acteur majeur de l'ascension numérique.

La demande de la clientèle concernant le développement de réseaux Wi-Fi gratuits ou de téléchargement d'applications avec services embarqués est de plus en plus forte. D'après une étude du cabinet Raffour, 71 % des Français ont consulté Internet pour préparer leur séjour en montagne en 2014. Pour Stessy Speissmann, maire de Gérardmer et président du groupe de travail « Numérique » de l'ANMSM, « la couverture en téléphonie mobile et le raccordement en très haut débit est un préalable indispensable. » Sans ce dernier, « le modèle économique de nos stations est en danger. » L'innovation, au sens large du terme, doit être appréhendée comme « un moyen de renforcer la position concurrentielle des stations françaises sur les marchés en favorisant la pro-

ductivité, la qualité des produits et services proposés, et le développement de compétences clés. » La montagne française est aujourd'hui engagée dans une course au sommet face à ses concurrentes européenne et américaine, également très actives. Être à la pointe de l'innovation est indispensable pour rester compétitif. Ne pas l'être « serait un désastre », insiste Stessy Speissmann.

La prise en compte du numérique et de l'innovation nécessite de nombreuses adaptations dans les modèles de gestion des stations. L'ANMSM soutient ses adhérents sur ce secteur. Pour renforcer son positionnement, notre association n'a pas hésité à signer plusieurs conventions de



Xavier Roseren (à gauche), maire des Houches et président du groupe de travail ANMSM « Observatoire national des stations de montagne », et Jean-Luc Chazarain (à droite), directeur des ventes spécialisées Orange, ont présenté Flux Vision montagne, outil de mesure de la fréquentation des stations.

partenariat avec des acteurs majeurs tels qu'Orange et son dispositif Flux Vision montagne, le salon du numérique Digital Montagne ou encore EDF à l'origine du concept de station « durable ».

LE BIG DATA : DES MONTAGNES DE DONNÉES

L'après-midi du 18 mai a été l'occasion de présenter Flux Vision montagne, un outil innovant d'aide à la décision créé par Orange en partenariat avec l'ANMSM permettant d'utiliser l'ensemble des données recueillies par les téléphones portables des vacanciers et de mesurer précisément la fréquentation.

Grâce à Flux Vision montagne, il est possible de savoir combien de personnes sont simultanément dans une station, combien de temps les vacanciers restent ou encore quel est le taux de la clientèle française. Cinq stations adhérentes se sont abonnées au produit durant l'hiver 2015/2016 : Valberg, Saint-Lary, Les 2 Alpes, Saint-Gervais et Les Houches.

« L'objectif est qu'un maximum de stations jouent le jeu pour que l'on puisse avoir des informations globales au niveau des massifs et du pays », explique Xavier Roseren, maire des Houches et président du groupe de travail de l'ANMSM « Observatoire national des stations de montagne ».

Ces informations précises concernant la fréquentation sont essentielles pour les stations. « Quand on est maire d'une commune ou directeur d'une station, vous avez toujours un investisseur qui vous demande "Qui vient chez vous ?", "Combien de temps restent-ils ?". Les professionnels de la station vous interrogent aussi régulièrement sur le déroulement de l'hiver. » Les éléments collectés grâce à Flux Vision montagne permettent



David Ponson (à droite), directeur des opérations Domaines skiabiles à la Compagnie des Alpes, développe le concept de la « smart station », une station comprenant un ensemble de services connectés dits « intelligents ». Ce qui signifie, pour les vacanciers, des solutions faciles et pratiques aux obstacles rencontrés entre le moment où ils partent de chez eux et où ils arrivent à destination, prêts à skier : éviter les bouchons, trouver son logement en arrivant, aller chercher ses forfaits, louer son matériel... Dans le même temps, la « smart station » permet une gestion plus optimale de l'énergie. C'est l'action entamée par la station des Orres en partenariat avec EDF, comme en témoignent ici Pierre Vollaire (à gauche), maire de la commune, et Damien Notin (au centre), directeur du pôle Montagne EDF.

de disposer de données fiables et de s'en servir pour construire une vraie stratégie touristique. Grâce à la convention de partenariat développée entre l'ANMSM et Orange, les stations adhérentes peuvent acquérir l'outil à un tarif préférentiel.

CONSTRUIRE LA « SMART STATION »

La « smart station » est une station comprenant un ensemble de services connectés dits « intelligents ». Pour l'ANMSM, elle représente l'avenir de la montagne française. David Ponson, directeur des opérations Domaines skiabiles à la Compagnie des Alpes, voit en cette dernière « un moyen de réintégrer les stations » car « permettant de faire en sorte que les différents acteurs agissent davantage en lien les uns avec les autres, en synergie, ce qui n'est malheureusement pas toujours le cas. »

Pour être compétitives, les stations doivent parvenir à proposer une offre complète et facile d'accès pour les vacanciers. « Entre le moment où ils quittent leur domicile et leurs premières glissades sur la neige, il sont encore confrontés à beaucoup trop d'obstacles. Éviter les bouchons, trouver son logement en arrivant, aller chercher ses forfaits, louer son matériel... Internet propose aujourd'hui des solutions pour fluidifier tout cela. »

La « smart station » permet également une gestion plus optimale de l'énergie. À ce titre, l'action entamée par la station des Orres en partenariat avec EDF est très intéressante. Elle expérimente un système électrique intelligent permettant d'adapter en temps réel la consommation d'énergie sur l'ensemble du domaine. « C'est un moyen de faire des économies tout en étant plus respectueux de l'environnement », explique Pierre Vollaire, maire des Orres.

La station des Orres compte 23 remontées mécaniques et 20 enneigeurs capables d'alimenter plus de la moitié du domaine en neige de culture. Pour optimiser leur rendement

et diminuer les coûts, les Orres et EDF ont mis en place un tout nouveau système de gestion de l'énergie, appliqué aux remontées mécaniques, aux enneigeurs, mais aussi aux bâtiments administratifs. Ce petit bijou de technologie est capable de gérer des données en grand nombre, simultanément, et de communiquer à distance avec les équipements électriques alimentés par la centrale hydraulique du lac de Serre-Ponçon, la deuxième plus grande retenue artificielle d'Europe en capacité. Ce procédé de pilotage permet d'adapter en temps réel la consommation d'énergie sur tout le domaine et évite de dépenser inutilement de l'électricité.

LE FINANCEMENT PARTICIPATIF : UN LEVIER POUR LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE ?

Le financement participatif offre de nouvelles possibilités aux stations pour mener à bien leurs projets de développement et de rénovation, notamment ceux en rapport avec la transition énergétique.

Lendosphere.com, la première plateforme Internet de financement participatif en prêts rémunérés dédiée aux projets de développement durable, a été lancée en 2014. En mai 2015, elle avait déjà prêté 6 158 820 euros, chaque prêteur prêtant en moyenne 1 017 euros.

Laure Verhaegue, sa cofondatrice, a présenté lors du Grand Rendez-vous de Nice, Lendosphere.com aux maires et autres invités de l'ANMSM. « Nous proposons un outil nouveau, autorisé depuis 2014, qui se situe au carrefour de la révolution numérique, de la transition énergétique et des solutions innovantes dans le domaine financier. Il ne s'agit pas de don mais bel et bien de prêt. Une façon de faire fructifier son épargne en participant à un projet qui a du sens. En adoptant cette nouvelle façon de procéder, les stations pourraient avoir beaucoup à gagner et confirmeraient ce faisant leur statut de territoires innovants et avant-gardistes. »



Pour Laure Verhaeghe, cofondatrice de Lendosphere.com, le financement participatif est un outil parfaitement adapté aux besoins des collectivités pour leurs projets de transition énergétique.

Jean Berthier (au centre), délégué montagne Atout France, Jean-Luc Boch (à gauche), maire de La Plagne-Tarentaise, et Alexis Dussillol (à droite), responsable du développement montagne Airbnb, ont apporté un regard nouveau sur l'économie collaborative pour le secteur de l'hébergement.

Le financement participatif induit un nouveau rapport entre emprunteur et prêteur. « C'est en cohérence avec ce que les gens cherchent aujourd'hui. Côté emprunteur, un accompagnement personnalisé et la possibilité de bénéficier d'une communication médiatique forte et ciblée pendant la campagne. Côté prêteur, la possibilité de s'inscrire dans un projet qui participe à la transition écologique », termine Laure Verhaeghe.

L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE, UNE OPPORTUNITÉ POUR L'IMMOBILIER DE MONTAGNE ?

Enfin, la dernière table ronde a abordé le sujet de la location d'hébergement de particulier à particulier. Après s'être largement développée en zones urbaines, le phénomène prend de plus en plus d'importance en montagne.

Alexis Dussillol, responsable du développement montagne Airbnb, a détaillé ses méthodes. « Notre travail consiste à expliquer comment nous fonctionnons et ce que

nous pouvons apporter aux stations, en réchauffant les lits froids et en proposant aux propriétaires une autre façon de louer leur logement. En étant une société globale, nous pouvons également leur permettre d'attirer une clientèle internationale. »

Longtemps uniquement appréhendés comme les adversaires des hôteliers, des acteurs comme Airbnb peuvent au contraire créer des opportunités. C'est ce qu'a constaté Jean-Luc Boch, maire de La Plagne-Tarentaise : « Des personnes qui avaient tendance à garder leur hébergement d'altitude pour eux se rendent compte qu'il est possible de louer à des personnes au dernier moment pour des séjours

sympathiques bien encadrés. » Cette tendance pousse les propriétaires à rénover leurs biens, ce qui a longtemps été un problème en station.

Au final, les sites de location de particulier à particulier sont ainsi « complémentaires en termes d'offre » avec l'hébergement classique de type hôtelier et résidentiel, précise Jean-Luc Boch. « À certaines périodes de surfréquentation, de nombreux vacanciers n'ont pas la possibilité de trouver un hébergement à la dernière minute. Une grande partie des parcs non occupés sont alors mis en location. C'est un développement qui va nous permettre de faire progresser les stations, d'avoir un meilleur remplissage et une offre complémentaire à de l'hôtellerie classique. » ■

3 innovations au service des stations

À l'issue des tables rondes sur le numérique, l'ANMSM a souhaité mettre en avant trois produits innovants made in France adaptés aux besoins des stations. Son objectif : proposer à ses adhérents, parallèlement aux différentes pistes de réflexion, des solutions concrètes et faciles à mettre en place.

Manuel Perez, Laurent de Metz et Alexis Lacapelle, représentants les sociétés Ysiact, Groupeer Technologies et Interactive 4D, se sont prêtés au jeu avec plaisir et ont pu profiter de trois minutes pour présenter leurs projets respectifs.



Hotspot CIGALE, Ysiact

CIGALE est une solution de hotspot Wi-Fi public proposée par la société Yziact basée à Valence dans la Drôme, qui permet de créer un réseau Wi-Fi accessible sur tout un territoire. Fiable et facile d'utilisation, CIGALE est particulièrement adaptée aux stations de montagne car elle propose un produit « clés en main ». La première fois que l'utilisateur se retrouve à proximité d'un hotspot CIGALE, il doit s'identifier. Dès lors, où qu'il se situe, son smartphone détecte et se connecte systématiquement aux hotspots CIGALE à proximité. La société Ysiact se charge en outre de la partie réglementaire et des obligations légales indissociables de la mise en place d'un réseau Wi-Fi public.



Groupeer Ski, Groupeer Technologies

En station, le comptage des enfants est une préoccupation de chaque instant pour nombre d'acteurs du secteur de l'animation et notamment des Écoles du ski français.

Groupeer Technologies propose depuis peu des petits boîtiers intelligents reliés entre eux par ondes radio, permettant de signaler lorsqu'une personne s'éloigne un peu trop. Leur nom : Groupeer Ski.

L'entreprise collabore déjà avec les Écoles du ski français notamment de Val Cenis, Valloire et Praz-sur-Arly. Au salon Mountain Planet 2016, le boîtier Groupeer Ski a reçu le trophée « coup de cœur du jury » du Cluster Montagne.

Soucieuse de répondre aux exigences de sécurité des parents, l'ANMSM se montre intéressée par ce produit innovant, notamment pour ses stations membres labellisées Famille Plus.

Skizzz Game, Interactive 4D

Créée en 2003, Interactive 4D est une société qui conçoit, développe et diffuse des serious games, des jeux interactifs à vocation pédagogique.

Interactive 4D a récemment co-produit en collaboration avec l'ANMSM, les différents membres de la Fédération nationale de la sécurité et des secours sur les domaines skiables (FNSSDS) et le ministère des Sports, Skizzz Game, un jeu téléchargeable sur smartphone visant à sensibiliser le jeune public à la sécurité sur les pistes. Les stations ont également la possibilité de le personnaliser et de le mettre en ligne sur leurs propres médias.





UN ÉVÉNEMENT
PARRAINÉ PAR



LES AUTRES PARTENAIRES
DU GRAND RENDEZ-VOUS :



Renforcement des partenariats

Les partenaires de l'Association nationale des maires des stations de montagne sont autant d'acteurs essentiels à son action. Ils étaient à l'honneur lors du Grand Rendez-vous de Nice.

À l'occasion du Grand Rendez-vous des 18 et 19 mai, l'ANMSM a souhaité associer des partenaires à ses travaux. Cette ouverture au monde de l'entreprise fut une première et une grande réussite. Qu'ils soient spécialistes de l'énergie, fabricants de logiciels, majors de la téléphonie ou concepteurs de solutions d'aménagement en montagne, tous nos partenaires œuvrent à leur manière au rayonnement des stations françaises.

Peut-on imaginer travailler sur le développement durable et l'optimisation de l'énergie en stations sans compter avec EDF ? Pourquoi se priver d'outils tels que Flux Vision montagne, développé par Orange en partenariat avec l'ANMSM, pour proposer une photographie pertinente de la fréquentation de la montagne dans les années à venir ? Le développement des partenariats est plus que jamais une priorité. Avec un objectif : construire la montagne de demain, pôle touristique d'excellence et d'innovation. ■



Toute la journée, les partenaires ont rencontré les participants du Grand Rendez-vous sur un espace dédié et ont présenté leurs produits et services.

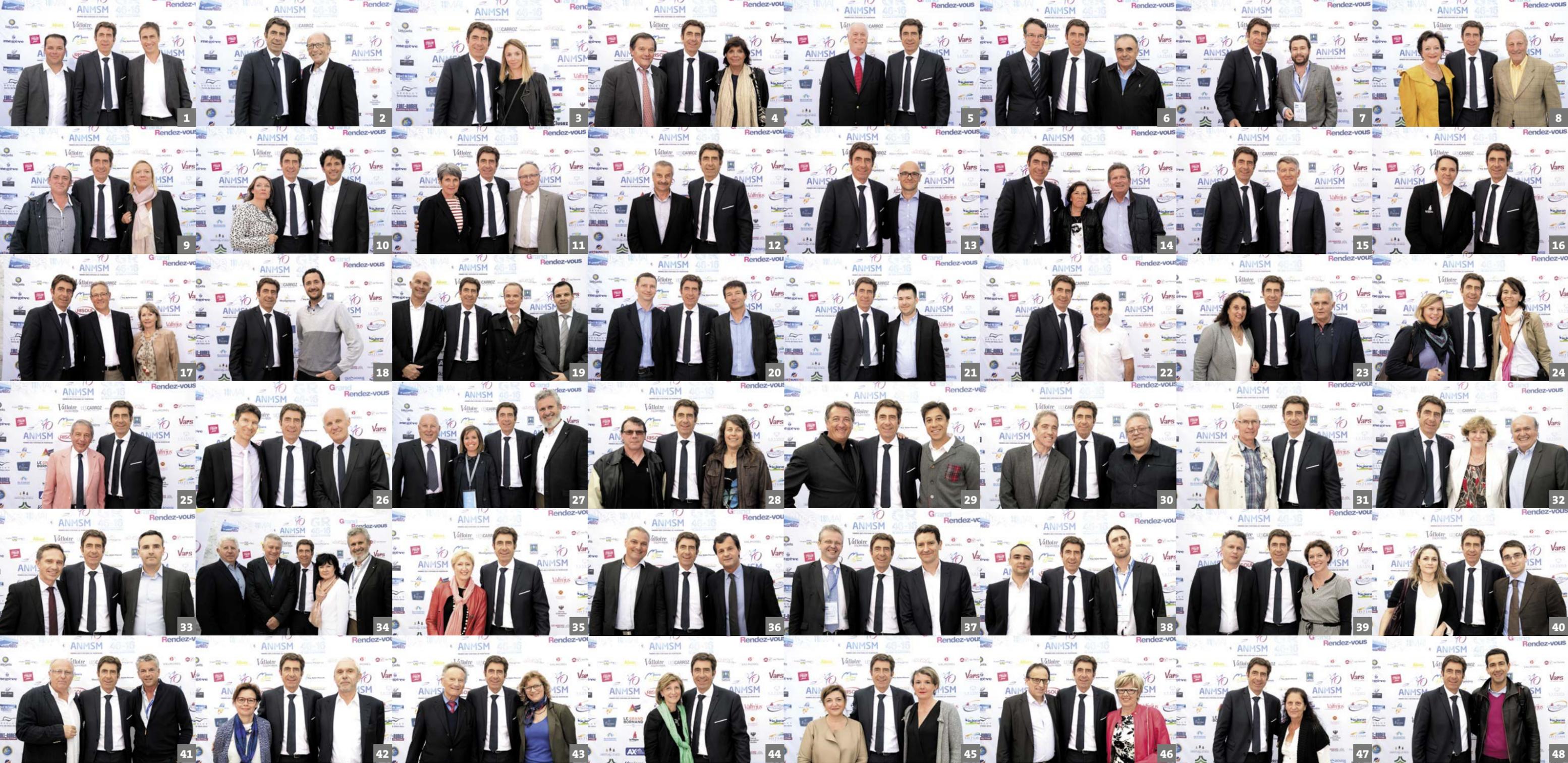
Luc L'Hostis, directeur d'EDF Collectivités territoriales Méditerranée (à gauche), et Charles-Ange Ginésy, président de l'ANMSM et député-maire de Péone-Valberg, lors de la signature de la convention de partenariat entre EDF et l'ANMSM visant à accompagner les communes supports vers la station durable et connectée de demain.



Bernard Volk, organisateur du futur salon Digital Montagne (au centre), et Charles-Ange Ginésy évoquent leur convention de partenariat aux côtés d'Alexis-Olivier Sbriglio, directeur de la rédaction de 8 Mont Blanc et animateur du Grand Rendez-vous.



Tous les partenaires du Grand Rendez-vous à la tribune aux côtés de Charles-Ange Ginésy. Au total, plus de vingt partenaires ont souhaité s'associer à l'ANMSM pour le Grand Rendez-vous.



Rencontres au sommet! *Charles-Ange Ginésy avec, dans l'ordre des images :*

1 Benjamin Blanc, ADSP, et David Ponson, La Compagnie des Alpes **2** Michel Blot, maire de Montclar **3** Charlotte Trolez, Cabinet Fidal
4 Jean-Henri Mir, maire de Saint-Lary-Soulan, et Danielle Mir **5** Régis-Antoine Decolasse, TechnoAlpin **6** Jean-Bernard Sempastous, maire de Bagnères-de-Bigorre, et Guy Dabat, adjoint au maire de La Mongie **7** Alexis Dusillol, Airbnb **8** Marie-Annick Boizard, maire d'Allos, et Julien Matheron **9** Michel Poudade, maire des Angles et Mireille Poudade **10** Alain Vautier, adjoint au maire des Angles, et Valérie Vautier **11** André Vittoz, maire de La Clusaz, et Ghislaine Vittoz **12** Claude Jay, premier-adjoint au maire de Saint-Martin-de-Belleville **13** Xavier Roseren, maire des Houches **14** Jacques et Aimée Guillot **15** Jean-Louis Verdier, adjoint au maire de Chamonix **16** Jean-Luc Boch, maire de La Plagne-Tarentaise **17** Jacques Arnoux, maire de Lanslebourg-Val Cenis **18** Laurent Tresallet, maire de Peisey-Nancroix **19** Didier Bic, AFMONT avec Laurent Travers, TechnoAlpin, et Max Rougeaux, TechnoAlpin **20** Vincent Douillet, MND, et Arnaud Equy, Sufag **21** Benjamin Ducongé, Radio Oxygène **22** Patrick Provost, maire de Saint-François-Longchamp **23** Michèle Olivier, conseillère départementale des Alpes-Maritimes, et M. Olivier **24** Camille Rey-Gorrez et Emmanuelle Séguret, Mountain Riders **25** Jean-Pierre Rougeaux, maire de Valloire **26** Laurent Reynaud

et Pierre Lestas, Domaines Skiabiles de France **27** Guy Hermitte, maire de Montgenèvre, avec Marine Michel, VP Nordic France VP des Hautes-Alpes, et Thierry Gamot, maire délégué d'Autrans **28** Rémy Ollivier, maire de La Perrière, et Armelle Rolland, maire de Pralognan-la-Vanoise **29** Jean-Marc Silva, France Montagnes, et Brice Blancard, FPS **30** Philippe Di Marco, premier-adjoint au maire d'Abriès-en-Queyras, et Pierre Kovacic, directeur de l'office de tourisme du Queyras **31** Noël Bibollet, maire La Giettaz **32** Jean Berthier, Atout France **33** Alexis Lacapelle et Patrice Flori, Interactive 4D **34** Pierre Balme, maire de Venosc-Les 2 Alpes, avec Christian Reverbel, ADSP, Chantal Carlioz, maire de Villard-de-Lans, et Thierry Gamot, maire délégué d'Autrans **35** Nadège Tissier, EDF **36** Damien Notin, EDF, et Michel Vion, Fédération Française de Ski **37** Laurent Londeix et Jean-Luc Chazarain, Orange **38** Lionel Tirant et Thomas Peyrot-des-Gachons, Orange **39** Hélène Quin, Confédération pyrénéenne, et Pierre-François Valton, Orange **40** Nathalie Saint-Marcel, Cluster Montagne, et Pierre-Emmanuel Danger, System D **41** Bernard Volk, Digital Montagne, et Dominique Létang, ANENA **42** Nadine Mordant, commissaire du massif des Alpes, et Pierre Bretelet, ANEM **43** Jean Faure, vice-président d'honneur de l'ANMSM, et Nathalie Faure **44** Géraldine Leduc, ANETT **45** Amandine Garand et Annie Augier, IDDEST **46** André Perrillat-Amédé, maire du Grand-Bornand, et Marie-Christine Perrillat-Amédé **47** Marie-France Dulau, adjointe au maire de Selonnet **48** Alexis-Olivier Sbriglio, 8 Mont-blanc.



De gauche à droite : Michel Vion, président de la Fédération Française de Ski, Pierre Lestas, président de Domaines Skiabiles de France, Charles-Ange Ginésy, président de l'ANMSM et Député-maire de Péone-Valberg, Michel Giraudy, président de France Montagnes, et Gilbert Blanc-Tailleur, président d'honneur de l'ANMSM.

GRANDES RETROUVAILLES : moments d'échanges et de partage

Un rendez-vous réussi se doit de faire la part belle à la rencontre. Dès les premiers instants où fut évoquée l'organisation du congrès de Nice, l'échange et le partage d'expériences furent au cœur de nos préoccupations.

L'Association nationale des maires des stations de montagne souhaitait bien sûr fêter son soixante-dixième anniversaire en y associant adhérents et partenaires. Mais par-dessus tout, notre objectif était de rassembler la famille de la montagne française, de créer du lien, de mettre en réseau nos 150 invités.

La notion de partage a toujours été très présente dans l'histoire de l'ANMSM. L'entraide des différents adhérents revient régulièrement dans les discours des maires, lesquels apprécient au plus haut point de pouvoir confronter leur expérience à celles de leurs homologues.

Pour créer les conditions d'un échange optimal, nous avons fait le choix de faire découvrir à nos invités différents lieux symboliques des Alpes-Maritimes. Aussi avons-nous commencé par visiter la Maison Galimard, célèbre parfumeur de Grasse. Cette entreprise familiale a, comme nos stations, dû s'adapter aux évolutions de la demande et a progressivement réinventé son métier à force d'abnégation et de recherche d'innovation.

L'après-midi a été dédiée à la découverte des îles de Lérins. Un territoire préservé comme peuvent l'être nos montagnes, propice aux discussions, aux échanges d'idées, loin du tumulte de nos activités quotidiennes. ■

Mercredi 18 juin 2016 : la grande famille de la montagne française réunie en bord de mer sur la mythique promenade des Anglais.





▲ Opéra Plage de Nice, sur la promenade des Anglais.



▲ Une autre idée du violon signée Electra-Girls.



▲ Moments de quiétude et de partage



▲ Soixante-dix ans, ça se fête!



▼ Quand le folklore niçois s'invite à la montagne...



▼ Animation flyboard en début de soirée.



▼ Les maires « crient » leur amour de la montagne avec « À vos cris ».



À l'image des stations de montagne, le secteur de la parfumerie haut de gamme, dont la Maison Galimard est l'un des fleurons, fait la part belle à l'innovation.



CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES
Xavier Giraud et équipe ANMSM.

CONCEPTION-RÉALISATION

Propriétaire éditeur :
Association nationale des maires des stations de montagne (ANMSM)
9, rue de Madrid - 75008 Paris
Tél. : 01.47.42.23.32
Mail : bienvenue@stationsdemontagne.fr
www.anmsm.fr
Président : Charles-Ange Ginésy
Ont collaboré à cette édition : Valérie Boulanger, Laure Froissart,
Jean-Louis Le Bras, Nicolas Martin, Tamara Mejias, Julien Peoc'h et Dounia Safini
Conception, réalisation et fabrication pour le compte de l'ANMSM : Glénat Éditions
Rédaction : Céline Combier
Maquette : Céline Arlaud / L'Atelier BIS
Imprimé en France (38) à 400 exemplaires en juillet 2016
Édition réalisée sous l'entière et unique responsabilité éditoriale,
financière et juridique de l'ANMSM.
Conformément à la jurisprudence constante, les erreurs ou omissions
qui pourraient subsister dans cette édition malgré les contrôles de rédaction
ne sauraient engager la responsabilité de l'éditeur.





ANMSM
ASSOCIATION NATIONALE DES
MAIRES DES STATIONS DE MONTAGNE





**Association Nationale des Maires
des Stations de Montagne**

9, rue de Madrid - 75008 Paris - 01 47 42 23 32
bienvenue@stationsdemontagne.fr - www.anmsm.fr