

La parole est à vous!



Novembre 2018

MORZINE AVORIAZ
Portes du Soleil



Christophe MUGNIER,
Directeur de l'Office de Tourisme de Morzine



Qu'est-ce qui a motivé la démarche de labellisation de la station ?

CM : « Morzine est une destination prisée par les familles en hiver comme en été. Nous avons toujours misé sur une clientèle familiale, nous étions « Petits Montagnards » quand le la-

bel Famille Plus a vu le jour, c'est donc tout naturellement que nous avons postulé au label pour justifier de notre politique.

Cette labélisation accompagne notre évolution pour coller à la demande et anticiper ce qu'il faudra mettre en place.

Par exemple lors de nos derniers échanges avec Cimbo Conseils, nous avons pu concrétiser une nouvelle offre estivale pour les jeunes ados que Morzine ouvrira dès l'été 2019, en impliquant nos partenaires locaux (ESF

notamment). Nous avons tous les moyens et personnes compétentes sur place pour avancer, ça a été le déclencheur. »

Qu'est-ce que cela apporte à la station ?

CM : « Un accompagnement éclairé qui nous permet de mieux mettre en avant l'offre déjà existante et qui nous conseille sur ce qu'il faudrait améliorer en fonction de notre situation. »





Bruno ROBINET,
Référént Famille Plus et chargé de projets à l'Office de
Tourisme de Morzine



Comment mets-tu en œuvre ta mission sur le terrain ?

BR : « On fait une réunion du groupe de travail pour échanger sur nos activités et discuter des améliorations possibles.

J'ai des échanges réguliers avec l'élue référente sur la commune, pour l'informer des évolutions ou des sujets importants, et des points noirs que l'on peut avoir sur notre territoire.

Chaque début de saison, un petit courrier récapitulatif aux établissements labellisés pour leur rappeler les enjeux du label (et leurs engagements !!), les évolutions ainsi que la liste des autres sites labellisés.

A ce sujet nous avons créé un « guide » avec toutes les infos utiles sur l'offre familiale de la station et les avantages de notre destination. Le document est diffusé à chacun des organismes faisant parti du label. Cela leur permet d'avoir une connaissance globale de l'offre locale et de ce que les autres proposent. Ca donne des idées pour travailler ensemble. Ca sert aussi d'argumentaire pour que tout

le monde puisse « vendre » la station le mieux possible !

Qu'est-ce qui te semble satisfaisant dans ta mission?

BR : « Le fait que le label commence vraiment à rentrer dans les mœurs. Les élus en parlent d'eux-mêmes, les socios pro y font référence de plus en plus souvent, c'est donc que le label trouve sa place ! »

