

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

RENAÎTRE ICI

Réflexion collective

Relance d'une Fête de la Montagne



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

30 janvier 2020



RENAÎTRE ICI

01

CONTEXTE ET OBJECTIFS



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

RENAÎTRE ICI

« L'été à la montagne a une carte à jouer pour les non partants en lien avec les problématiques environnementales à venir ».

- > Destination « refuge » à l'avenir.
- > Attractivité = diversité d'activités + valeurs fortes et affichées en faveur du respect de l'environnement.

Enquête exclusive G2A - Les perceptions clients : la montagne face aux enjeux climatiques & environnementaux - Octobre 2019

Zoom sur les clientèles familiales (prospects) :

- 37% du panel interrogé (prospects et réfractaires) se déclare très favorable à des vacances à la montagne l'été en familles
- Activités plébiscitées : activités « douces » et variées, permettant partage et ressourcement (balades, découvertes, gastronomie, détente et baignade)
- Principaux freins : peur de l'ennui, météo, sécurité, budget

Etude des clientèles touristiques susceptibles de consommer une offre « Montagne été en famille » - TCI Research / Travelsat pour Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - Janvier 2020



La clientèle famille : une clientèle à séduire, en mettant en avant les atouts de la montagne estivale tout en levant les principaux freins



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

RENAÎTRE ICI

OBJECTIFS

Comment et pourquoi relancer l'organisation d'un événement collectif valorisant la montagne estivale ?

Une Fête de la montagne nouvelle version ?

Réflexion collective sur :

- les enjeux,
- les conditions de réussite,
- Les freins éventuels,
- Les cibles de clientèles,
- Le périmètre,
- Les modalités de mise en œuvre
-



RENAÎTRE ICI

02

BILAN DES EDITIONS PRÉCÉDENTES DE LA FÊTE DE LA MONTAGNE

Niels MARTIN

Fédération Française des Clubs Alpins Français



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

l'esprit Club Alpin



Fête de la Montagne

Une relance ?

Fête de la Montagne



A l'origine de l'idée

- ◆ La Coordination montagne et ses membres
- ◆ De nombreux partenaires parmi les acteurs de la montagne



Les principes

- ◆ Principe « Fête de la musique » : une seule et même date partout en France.
- ◆ « Coup de projecteur » médiatique sur la montagne estivale.
- ◆ Des évènements dans tous les territoires de montagne, et même en ville.
- ◆ Un réseau d'organismes large et divers sous un pilotage national : offices de tourisme, stations, associations, clubs, professionnels de la montagne, milieu agricole et pastoral, etc. etc.



Des résultats prometteurs

- ◆ 6 éditions (2013 à 2017)
- ◆ Plus de 350 événements lors des dernières éditions recensés sur un site web unique www.fetedelamontagne.org
- ◆ Très grande couverture médiatique



Focus Fête de la Montagne : bilan 2016

Qui organise la Fête de la Montagne ?

286
événements

31
départements y
compris les DOM

10
régions

38%
d'événements
gratuits

Top 10 des activités proposées

1. Découverte d'un refuge de montagne
2. Randonnée et balade
3. Découverte de la faune, de la flore et/ou de l'histoire
4. Soirée conviviale
5. Escalade
6. Dégustation gastronomique, marché de producteurs
7. Artisanat, art local
8. Repas traditionnel
9. Découverte des plantes sauvages comestibles
10. VTT

3 principales raisons de la venue du public*

62%

La nature

42%

Les activités
nouvelles

42%

Découvrir un
territoire

73%

des événements
ont été créés pour
la FDM

35%

des organisateurs ont
créé de nouveaux
partenariats



Bilan 2016

3 principaux objectifs des événements*

70%

Animer
le territoire

42%

Promouvoir
la montagne
estivale

42%

Promouvoir
une activité

La recette

Autour d'une coordination centralisée, deux « piliers » fondamentaux :

- ◆ L'animation de réseau
- ◆ La communication



Les moyens alloués



◆ Exemple de l'année 2014 :

Budget total 268 000 euros, se décomposant :

- 100 000 euros de frais de structure.
- 160 000 euros de communication.

◆ Exemple de 2016 :

Personnel dédié :

- 1 ETP annuel chargé de mission
- 0,5 ETP annuel communication

Analyse de la mise en sommeil



- ◆ **Problématiques internes à la structure porteuse (la Coordination montagne) : perte de sens pour certains de ses membres, gouvernance qui ne s'est pas réformée.**
- ◆ **Problématiques externes : perte de partenaires financiers importants (régions Aura et Sud-Paca notamment).**

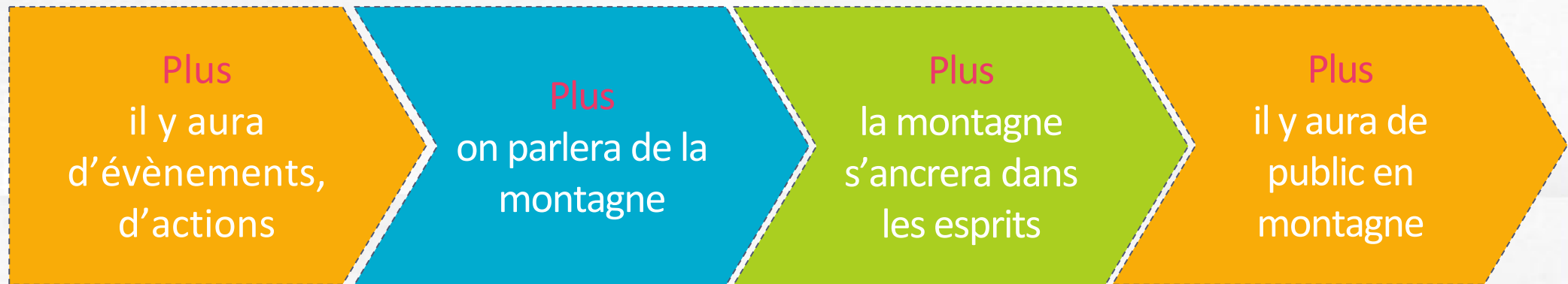
Bilan des prérequis identifiés pour la FDM

- ◆ **Nécessité d'un ensemble de partenaires (acteurs de la montagne) intéressés et motivés**
- ◆ **Nécessité de moyens dédiés (donc de recherche de partenaires financiers)**
- ◆ **Nécessité d'une structure porteuse**
- ◆ **Nécessité d'un groupe de pilotage et d'une équipe**

Il existe toujours des événements Fête de la Montagne qui « tournent » tout seuls.

La Fête de la montagne : un travail d'équipe

Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin



Leitmotiv : « *Ensemble, transmettons notre **passion** de la montagne, permettons à tous de **découvrir** la montagne, ses activités, ses cultures : faisons que la montagne, dans l'esprit de tous, devienne un lieu où il fait bon aller* »



RENAÎTRE ICI

03

**ATELIERS DE TRAVAIL
RÉFLEXION COLLECTIVE**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

QUESTION 1

RENAÎTRE ICI

Au regard du bilan des éditions précédentes de la Fête de la Montagne, **quelles sont les forces, faiblesses, les opportunités et les menaces d'un tel événement ?**



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

FORCES	OPPORTUNITES
- Gratuité - Accessibilité - Événement festif et très fédérateur localement - Montrer une montagne « à vivre » et vivante - Capitaliser sur les événements existants, sur ce qui se fait déjà sur les territoires (Concept déjà expérimenté, facilement identifiable et duplicable) - Vitrine touristique	- Potentiel de la cible Jeunes (et familles) - Approche sociétale via l'éducation - Réflexion à l'échelle d'un territoire raisonnable et ouvert > dynamique des territoires de projet type Espaces Valléens - Sensibilité des publics à l'impact du changement climatique et au tourisme durable / éco-tourisme - Implication des habitants (relations visiteurs-visités)
FAIBLESSES	MENACES
- Événement « Fourre-tout » - Difficulté de mobiliser les nombreux acteurs - Quelle date - Difficulté d'appréhender le réel impact national de l'événement - Difficulté à cibler le chef de file, légitime pour organiser et porter le message (national, régional ?) - Communication disparate - Financements aléatoires, pas de partenariats privés	- Tendances de consommations (vegan / produits du terroir animaliers) - Existence de nombreuses fêtes et événements durant l'été / risque d'illisibilité

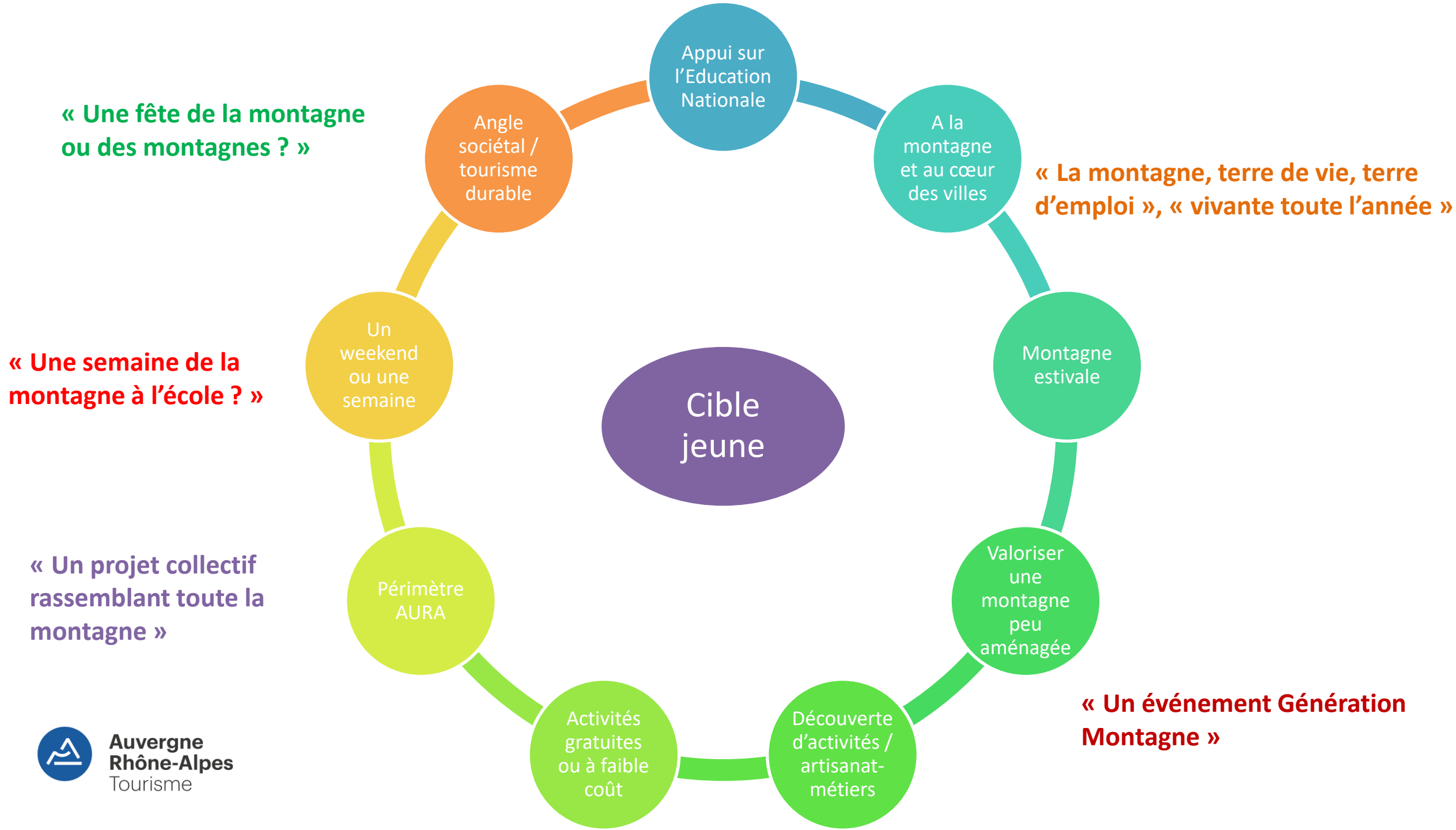
RENAÎTRE ICI

Quel pourrait-être le
concept de l'événement ?

(thématiques, lieux et
périmètre, cibles de clientèle,
etc.)



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

RENAÎTRE ICI

Quels seraient les **prérequis** et **conditions de réussite** de cet événement?



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Pré-requis

- Portage politique
- Définir les objectifs
- Définir le pilotage et la gouvernance :
échelle régionale à minima et collective
> CRT, France Montagne ? Avec les
grands acteurs de la montagne (ANEM,
ANMSM, DSF, Cluster...)
- Associer l'Education Nationale :
« semaine de la montagne » ou
animation dans les classes, en
complément ou à la place d'un
événement ?
- Trouver des financements et des
partenariats (publics / privés)

Conditions de réussite

- Parrain médiatique / ambassadeur /
influenceur / Co-branding
- Articulation avec les événements
existants
- Trouver un nom plus attractif /moderne
- Apporter du contenu aux enseignants
- Communication adaptée à la cible
- Lobbying auprès de l'Etat pour
engagement collectif ?
- Ressources et compétences pour la
coordination / animation des acteurs

