

## Compte-Rendu Assemblée Générale 18/04/2024

---

Présent : Mouthon J.M. (j'aime Sport), Granger P. (Résidence La Cour, Giffre et Clesson), Gallet.C (Au Pré d'Oscar), Fogliani Y. (Agence du Giffre), Davergne X. (Meublés), Liaudon M.(Tartines de Martine), Coffy E. (Hotel Gai Soleil), Burnet C. (La Renardière), Coffy C. (Le Chalet des Granges), Genevois Claude (Septiloisirs, Immo 2000), Verignon P (IDHF, Meublés), Charvolin V et A (Ferme d'en bas), Furtin P. (Meublés), Manceau D (Obi Sport Event), Fernandes F (Meublés), Farjou L (La Boule de Neige), Coffy F ( Bureau des Guides, terres de Bien Être), Fallard JM (Bureau des guides), Rauque N ( Les Tontons Volants), Gallet M ( Au préd'oscar), Devidal R (Mountain Medic), Lestien O (Meublés), Beriou N (Ecomusée), Rochet C (meublés), Anthonioz A ( Anthonioz Sport), Brunot Y. (Aereau Voyages).

Mairie : Patricia Barbier

Office de tourisme : N Picca, E Portier, C Priez, L Debrabant, C Durier, L Minozzi, N Gallo, F Lehaire

Ont donné leurs pouvoirs :

Rastoldo L (Meublés), Horlavile E (Meublés), Bianco (Meublés), Ponche T (Le Salon) Delamarre JP (Meublés), Blanc S (Fabio café et Fabio Restaurant), Collery JL (Meublés), Granger G (Meublés), Schuler J (Meublés), Curnier C (Meublés), David (Meublés), Chardon N (Meublés), Couton A (Meublés), Vaudiau P (Meublés), Hagnere C (Meublés), Lignon C (Meublés), Charles JP (Meublés), Chailloux O (Les Becchi)

L'assemblée débute à 19h00 à la salle du foyer.

La présentation de cette assemblée générale est jointe à ce compte rendu, vous pourrez y trouver les détails chiffrés des interventions.

## Compte-Rendu Assemblée Générale 18/04/2024

### ➤ RAPPORT MORAL DU PRESIDENT POUR L'ANNEE 2023

Voici le rapport moral de notre Office pour l'année 2023, une année marquée par divers événements et défis.

Nous avons débuté l'année avec la fermeture partielle des remontées mécaniques en janvier 2023, un obstacle que nous avons dû surmonter pour maintenir notre activité touristique en mettant en place des navettes vers Flaine. L'accueil des championnats du monde de nage en eau glacée a été un moment important, générant des retombées médiatiques significatives pour notre destination.

Des ajustements budgétaires ont été nécessaires en cours d'année pour aligner nos dépenses avec le montant des subventions accordées, afin de maintenir nos activités essentielles.

La tenue de la 2ème édition du Vélovert Festival a été un autre aspect positif de notre année, contribuant à dynamiser l'économie locale.

La prolongation de la convention d'objectifs jusqu'en septembre 2024 et la préparation d'une nouvelle convention pour les années suivantes ont été des démarches administratives importantes.

Nous avons également travaillé en partenariat avec la mairie pour réévaluer notre mode de fonctionnement, renforçant ainsi nos relations avec la commune.

Enfin, le départ du directeur de l'Office de Tourisme en novembre 2023.

En conclusion, malgré les défis rencontrés, l'année 2023 a été marquée par des réalisations significatives et des collaborations fructueuses. Je suis confiant que notre engagement continu nous permettra de maintenir la position de Samoëns en tant que destination touristique de premier plan.

Jean Michel Mouthon remercie l'assemblée générale pour son attention et son soutien.

### ➤ RETOUR SUR LA DERNIERE AG

Pauline Granger offre un aperçu complet de la dernière assemblée générale, laquelle incluait en partie un compte rendu des activités de l'année 2023. Afin de garantir l'exhaustivité du rapport d'activité, il est nécessaire de revisiter la présentation de l'assemblée générale du 4 décembre 2024 et d'y intégrer les compléments qui vous ont été présentés.

#### RAPPEL DES POINTS CLÉS DE LA DERNIÈRE AG

- Faits marquants 2023 - Forces et faiblesses du plan d'action 2023 par service
- Indicateurs clés et mesure de la performance de la destination :
  - Hiver 22-23
  - Eté 23
  - Focus VVF 23
- Présentation de la stratégie 24 - 26
- Présentation du plan d'action prévisionnel 2024
- Présentation des chantiers stratégiques prioritaires 2024
- Présentation du budget 2024

*Présenté sous forme de rapport d'activité*

**RETROUVEZ TOUTES LES INFORMATIONS DANS LE SUPPORT DE PRÉSENTATION DE LA PRÉCÉDENTE AG**

## Compte-Rendu Assemblée Générale 18/04/2024

### ➤ RAPPORT D'ACTIVITE SYNTHETIQUE PAR SERVICE 2023

Le complément du rapport d'activité est présenté par service, chaque responsable de pôle prenant la parole. Les détails de ces interventions sont disponibles dans la présentation annexée.

Le rapport d'activité pour l'année 2023 est soumis au vote de l'assemblée générale et est unanimement approuvé par l'ensemble des membres présents ou représentés.

### ➤ RAPPORT FINANCIER DE L'EXERCICE 2023

Les experts prennent la parole avec pour commencer la présentation du bilan et compte de résultat par Vincent Wirion, expert-comptable, suivi du rapport de M. Cachat commissaire aux comptes.

## 1. BILAN COMPTABLE 2023

Les principaux points à retenir sont :

- Présentation du compte de résultat avec une activité lucrative et non lucrative :

C'est la première année où le compte de résultat est présenté avec une distinction entre l'activité lucrative et non lucrative de l'entreprise.

- Baisse des produits d'exploitation :

En 2023, les produits d'exploitation ont diminué, principalement en raison de l'absence du report de subvention présent en 2022.

- Réduction des dépenses de promotion/communication et d'événements/animation :

Les dépenses liées à la promotion/communication ainsi qu'aux événements et animations ont été réduites.

- Introduction d'une ligne "subvention en nature" :

Une nouvelle ligne "subvention en nature" a été ajoutée, reflétant le montant de la location des locaux de l'office de tourisme. Cette somme est également comptabilisée en tant que charge.

- Hausse du pourcentage de la masse salariale :

Le pourcentage de la masse salariale est plus élevé que les années précédentes, en raison de l'impact à l'année pleine des recrutements effectués à la fin de l'année 2022, ainsi que des augmentations générales successives.

- Impôt sur les sociétés et TVA à décaisser :

Concernant l'activité lucrative, un impôt sur les sociétés de 25 % pour un montant de 7471 € ainsi que de la TVA à décaisser pour 9302 € ont été constatés.

- Résultat déficitaire :

Le compte de résultat affiche un déficit de 83 K€, avec un déficit de 103 K€ sur la partie non lucrative et un bénéfice après impôt de 20 K€ sur la partie lucrative. Ce résultat négatif découle d'une décision de gestion visant à purger la trésorerie accumulée au fil des années, notamment grâce aux aides de l'État pendant la période de la COVID-19. Cette politique sera également appliquée en 2024.

Monsieur Gilles Cachat prend la parole concernant la gestion de la trésorerie de l'association, soulignant son importance cruciale en tant qu'obligation et garantie de sécurité. Il met en lumière le fait qu'en cas de dissolution de l'office de tourisme, les soldes des comptes des employés seraient à régler, mettant ainsi en relief l'impératif de maintenir une trésorerie solide pour faire face à de telles éventualités.

## Compte-Rendu Assemblée Générale 18/04/2024

### 2. RAPPORT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES - M. CACHAT

En qualité de Commissaire aux Comptes de l'Office de Tourisme de Samoëns, M. Gilles Cachat a présenté ses rapports devant l'Assemblée Générale, dont voici un résumé :

- Rapport sur les comptes annuels :

M. Gilles Cachat a exposé les résultats de son examen des états financiers de l'office de tourisme pour l'exercice 2023. Il a confirmé que les comptes annuels, comprenant le bilan, le compte de résultat et l'annexe, offrent une image fidèle de la situation financière de l'office de tourisme à la clôture de l'exercice, ainsi que de son résultat pour l'exercice.

- Rapport spécial sur les conventions réglementées :

M. Gilles Cachat a également rendu compte de son examen des conventions réglementées conclues par l'office de tourisme au cours de l'exercice. Il n'y a pas eu de conventions réglementées.

En conclusion, l'Assemblée Générale a pris acte des rapports de M. Gilles Cachat et a exprimé sa satisfaction quant à la qualité des travaux réalisés.

Le rapport financier pour l'année 2023 est soumis au vote de l'assemblée générale et est unanimement approuvé par l'ensemble des membres présents ou représentés.

#### ➤ PRE-BILAN HIVER 23-24

Pauline Granger présente les statistiques l'hiver, elle rappelle toutefois que celles-ci ne sont pas encore définitives. La consolidation de ces données est en cours par l'équipe de G2A et devrait être finalisée vers le mois de mai. Retrouvez les statistiques détaillées sur la présentation jointe.



A la suite, les responsables de pôle présente un pré-bilan par service.

Découvrez ci-après les principaux sujets abordés dont vous retrouverez les détails de ces interventions sont disponibles dans la présentation annexée.

- ACCUEIL/QUALITE  
+ 14 % d'actes d'accueil comprenant les demandes au guichet, les appels, les mails et les courriers.  
Le service a testé l'accueil hors les murs et a offert une nouvelle offre location d'un jeu Lockiin inscape game.

## Compte-Rendu Assemblée Générale 18/04/2024

L'office a obtenu 90 % de conformité à l'audit blanc qualité tourisme, retrouvez les performances et axes d'amélioration sur la présentation jointe. Le bureau remercie Natacha pour le travail effectué

### LE SAVIEZ-VOUS ?



#### Qu'est-ce que Qualité Tourisme™ ?

Afin de toujours mieux vous recevoir et d'améliorer la qualité des prestations touristiques en France, l'État a créé la marque Qualité Tourisme™.

Cette marque sélectionne et fédère sous un même symbole les démarches qualité engagées pour votre satisfaction dans l'hôtellerie, les résidences de tourisme, les villages de vacances, les campings, la restauration, les cafés et brasseries, les agences de locations saisonnières, les offices de tourisme, les lieux de visite et les activités sportives et de loisirs.

Il s'agit de mettre à votre disposition un signe de reconnaissance qui vous permette de choisir en toute confiance des établissements qui offrent des prestations de qualité.

### RENSEIGNEZ-VOUS, AUTO-ÉVALUEZ-VOUS ET ENGAGEZ VOUS DANS UNE DÉMARCHE QUALITÉ CERTIFIANTE SÛR :



<https://www.qualite-tourisme.gouv.fr>

A venir : une NL dédiée

- **PROMOTION / COMMUNICATION**  
Le service a finalisé le guide de la marque qui a été intégralement revue. La baseline « à en tomber amoureux » est de retour et déclinée en anglais.  
Les supports chartés seront mis à jour en fonction de leur obsolescence et du stock restant
- **RESA/B2B/B2C**  
Pour la réservation, il se profile le changement de modèle économique, une nouvelle version du logiciel de réservation s'assortissant d'un nouveau site de réservation.  
Ce changement de modèle économique est nécessaire pour assurer la légalité et la pérennité du service.

## Compte-Rendu Assemblée Générale 18/04/2024

Retrouvez ci-dessous les taux qui seront appliqués.

<p><b>TAUX UNIQUE HÉBERGEMENT</b></p> <p><b>7%</b></p> 	<p><b>TAUX RÉDUIT, PRESTA CONNEXES</b></p> <p><b>5%</b></p>	<p><b>AUTRES COMPOSANTES DU MODÈLE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>3% de frais de fonctionnement</u> (pour le client)</li> <li>• <u>0% de commission sur les ventes lors d'une opération commerciale</u> induisant une remise sur le prix public</li> <li>• <u>12% de commission si retrait des semaines à forte VA</u> (3 semaines haute saison été + 3 semaines haute saison hiver)</li> </ul>
<p><b>TAUX MAJORÉ PRESTA COMPLEXES</b></p> <p><b>10%</b></p>		

L'outil retenu est Ingenie V4, c'est la toute dernière version de cet outil

**POURQUOI NOTRE  
PRECONISATION  
PORTE SUR LA V4  
- INGÉNIE**



Pour les socio-pros

L'usage de l'espace pro comme **calendrier unique et chanel manager** avec l'utilisation des liens i-Cal

La mise à disposition du **widget de réservation prestataire en marque blanche** (hébergeurs comme prestataires d'activités)

Un **nouvel espace pro** : plus complet, intuitif et conçu pour être utilisé sur tablette et mobile

La **diversité des passerelles** de connectivités en acquisition comme en distribution

**Gain de temps et de ressources** car toute la base de donnée (Ingénie et APIDAE) est automatiquement transférée

Une **facturation (des coûts) fixes** dont le poids ne pourra que baisser face à l'augmentation des ventes.

Un **temps d'adaptation réduit** car la logique sous-jacente reste proche de la V actuelle

Des **fonctionnalités d'automation** qui vont alléger le travail d'agent de résa au quotidien

Une question est posée sur le nouvel outil, afin de savoir s'il permettra des conditions d'annulations évolutives, tel qu'annulation gratuite à J-1 etc. ? Le sujet est à creuser avec Ingenie.

## Compte-Rendu Assemblée Générale 18/04/2024

Ce sont des conditions qui sont de plus en plus recherchée par les clients.

- ANIMATION

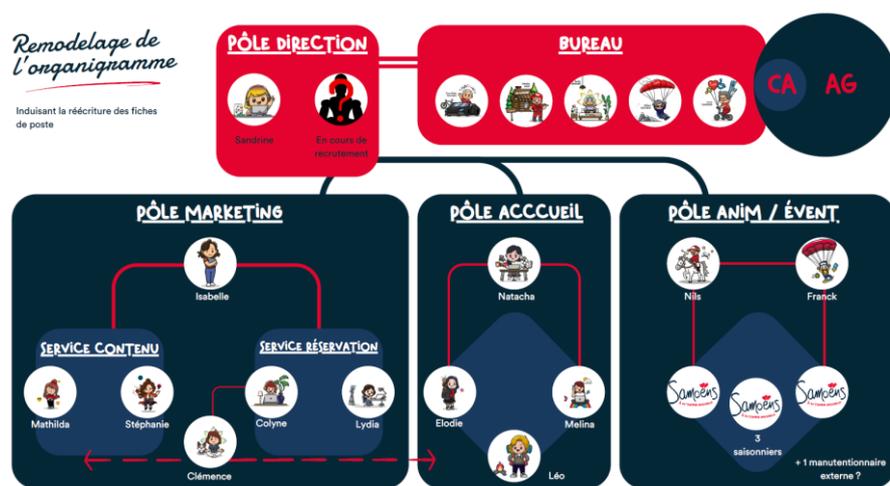
Le service s'est adapté à la demande des clients et a travaillé avec les commerçants notamment pour développer les actions sur le WE de Pâques.

- EVENEMENT

Les missions du service durant l'hiver ont été le travail préparatoire à l'été mais aussi la tenue de l'évènement « Festival de Parapente ». Franck Lehaire regrette l'annulation du championnat de France de Nage en eau glacée.

- BUREAU

Pauline Granger présente le remodelage de l'organigramme avec le recrutement de Léo Minozzi à l'accueil et le transfert de Clémence Priez à la Promo/Com/Résa, le poste de Clémence est à 50% sur Apidae et à 50 % sur la réservation.



Pauline Granger présente les principaux points de la convention d'objectif et de moyen validée en mairie le 15 avril 2024.

Elle énonce les points suivants :

- Huit objectifs politiques portés par la commune sont établis, nécessitant des actions stratégiques :
- Les actions sont détaillées par thématiques, mettant en exergue une logique de démarche environnementale vertueuse.
- La période de validité s'étend du 01.01.24 au 31.12.26.
- Le principe d'élaboration des subventions est basé sur la formule suivante : Subvention = [Part évolutive (mini 800k) : Taxe de Séjour N-2] + [Part fixe (=400k) : Forfait sur la Taxe RM].
- Le calendrier de versement des subventions est déterminé en fonction du besoin en trésorerie.
- D'autres moyens sont valorisés, avec des conventions complémentaires à venir pour le local, le matériel et les ressources humaines des services techniques.
- Des obligations sont listées, notamment en termes d'évaluation, d'information et de coordination avec la Mairie et la commission tourisme

## Compte-Rendu Assemblée Générale 18/04/2024

Pauline informe l'assemblée du dernier moyen de communication avec les adhérents mis en place en début d'année : La communauté WhatsApp (La Communauté de l'OT), les adhérents sont invités à rejoindre cette communauté, les échanges sont possibles mais seuls les administrateurs visualisent les questions.

Nora Beriou prend la parole pour demander si dans le cadre du recrutement du directeur qui est en cours, il a dans sa feuille de route un projet de fusion des Offices de Tourisme au niveau de la vallée du Giffre comme c'est le cas pour les 2 directeurs recrutés dans les offices « Haut Giffre Tourisme » et « Praz de Lys Sommand ».

⇒ Pas pour le moment, ce n'est pas dans la feuille de route de la mairie ni du bureau.

Une précision est faite à l'assemblée, les 2 offices intercommunaux de la vallée sont amenés à fusionner en janvier 2025.

Yves Brunot souligne qu'il n'y a pas aujourd'hui de modèle arrêté sur la gouvernance post fusion de ces OTI. Il rappelle qu'une convention de mutualisation est en cours de rédaction.

Le Bureau souligne que des actions existent déjà pour mutualiser les actions telles qu'un calendrier des événements commun, utilisation systématique du logo Montagnes du Giffre sur les documents, organisations des hivernales du Haut-Giffre...

### ➤ PROJECTIONS 2024

Les responsables de pôle commencent par présenter les différents projets prévus pour l'année 2024 dans leur service. Chacun expose les objectifs et les échéances associées à leurs projets respectifs. Ils mettent en lumière les opportunités et les défis spécifiques à chaque initiative.

- ACCUEIL/QUALITE
  - Réaliser l'audit complet Qualité Tourisme => 12 juin 2024
  - Compiler l'information Satisfaction avec l'application FairGuest
  - Tendre vers le conseil sur mesure avec les accueils hors les murs, la digitalisation de l'accueil...
- PROMOTION / COMMUNICATION
  - Décliner le guide de la marque
  - Activer des leviers engageants sur les Réseaux Sociaux
- RESA/B2B/B2C
  - Transformer le service réservation => respect du calendrier afin de ne pas rater la montée en charge
- ANIMATION
  - Organiser les « Jeudis Festifs » => remettre un temps privilégié chaque semaine le jeudi
- EVENEMENT
  - Des engrages forts et de la nouveauté, 15 ans du Samoëns American Festival et organisation des vacances des petits monstres pour Halloween

## Compte-Rendu Assemblée Générale 18/04/2024

Ensuite, Pauline Granger présente une synthèse des informations présentées par les responsables de pôle. L'objectif est de fournir une vue d'ensemble claire et concise de l'ensemble des projets.

SUIVI DES CHANTIERS STRATEGIQUES PRIORITAIRES			
DEFINITION DES CHANTIERS	F	EC	AF
Signer la convention d'objectifs et de moyens	X		
Réaliser / Optimiser le passage à la TVA	X	X	X
Recruter une nouvelle direction		X	X
Refondre le modèle de cotation			X
Accompagner la transformation du service réservation	X	X	
Développer et formaliser les pratiques commerciales		X	X

### ➤ AUTRES SUJETS

## PETIT RAPPEL :

### *Le Grand Décoffrage*

5ème Edition !

RENDEZ-VOUS LE 28 AVRIL, À 9H SUR LE PARKING DU GRAND MASSIF EXPRESS !

#### Au programme :

Petit déjeuner offert par la boulangerie Tiffanie

Buffet canadien et barbecue organisés par l'ESF : Ramenez vos mets à partager et grillades !

Stand pédagogique « L'eau en montagne » par France Nature Environnement 74

Prévoir sa gourde et son sac à dos

Renseignements : [contact@giffre-en-transition.fr](mailto:contact@giffre-en-transition.fr)



# Samoëns

À EN TOMBER AMOUREUX

*Assemblée générale*

le 18.04.2024

**samoens** ♥ **com**

# *Déroulé de la présentation*



**Rapport moral du président**

**Retour sur la dernière AG**

**V Rapport d'activité synthétique par service 2023**

**V Rapport financier de l'exercice 2023**

- **Bilan comptable 2023 - WIRION**

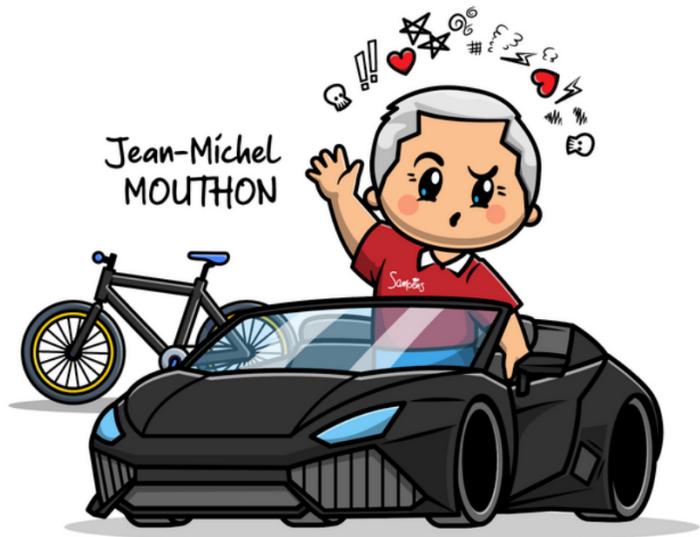
- **Rapport du commissaire aux comptes - M. CACHAT**

**Pré-Bilan Hiver 23-24**

**Projections 2024**

**Autres sujets**

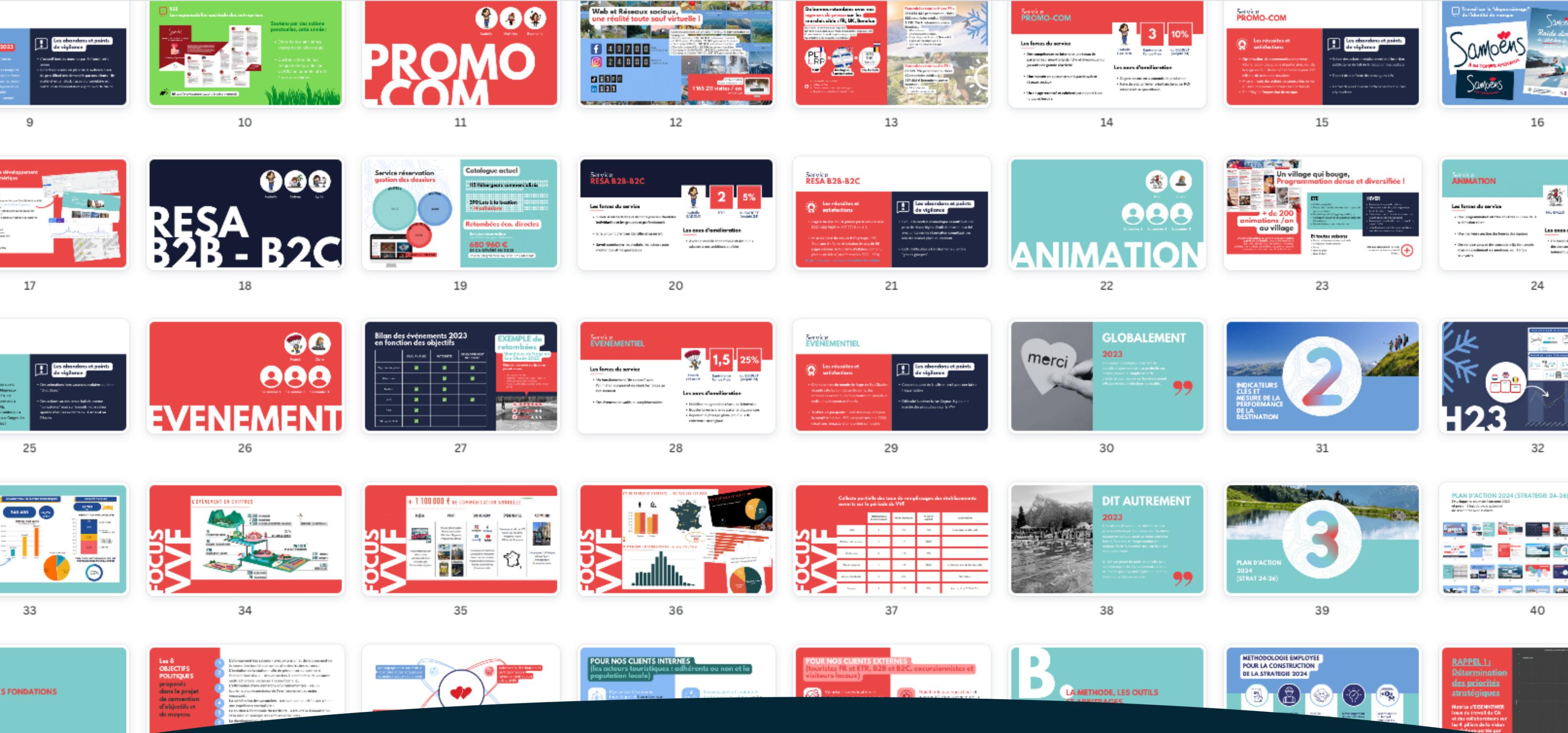
# RAPPORT MORAL DU PRESIDENT





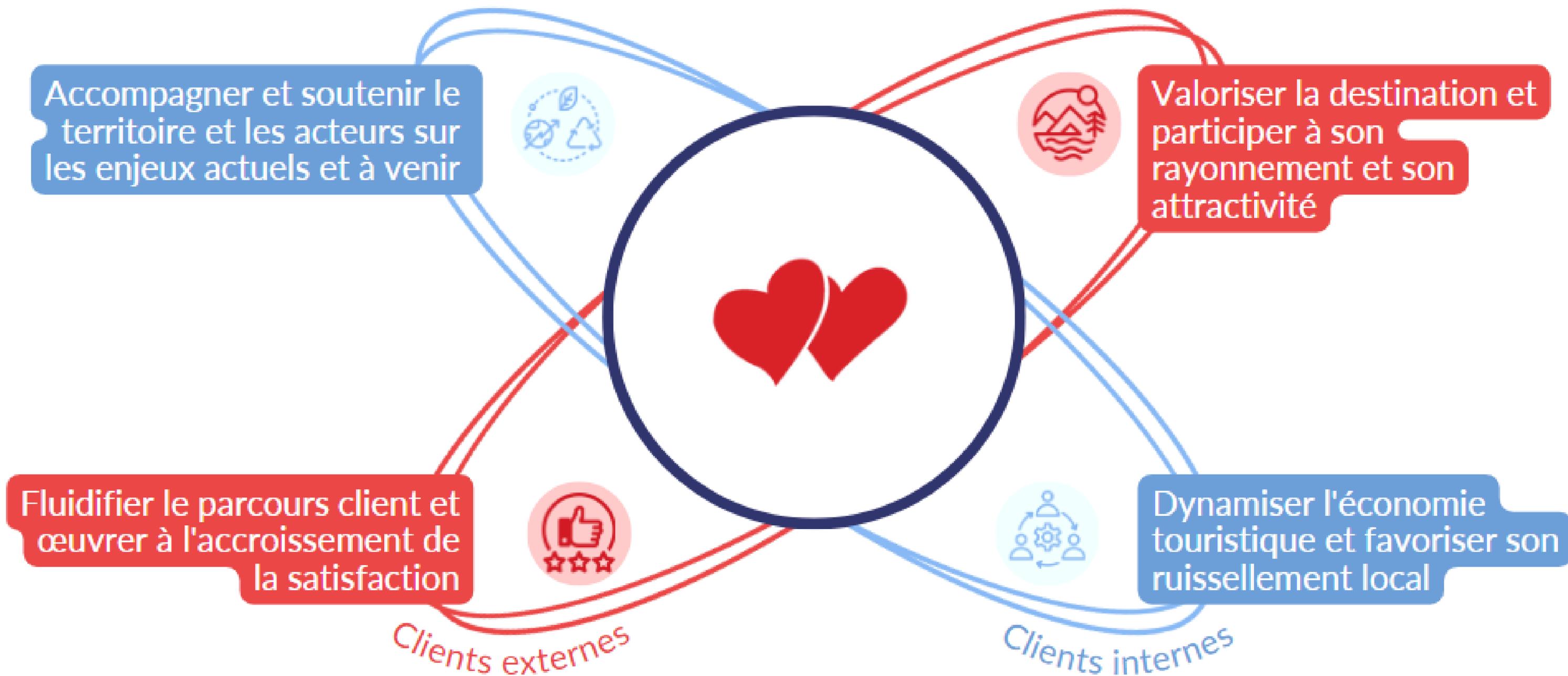
*Retour sur l'AG*

*du 19.12.23*



# Assemblée générale

le 19.12.2023



## Les 4 piliers de la vision touristique

## RAPPEL DES POINTS CLÉS DE LA DERNIÈRE AG

- Faits marquants 2023 - Forces et faiblesses du plan d'action 2023 par service
- Indicateurs clés et mesure de la performance de la destination :
  - Hiver 22-23
  - Été 23
  - Focus VVF 23
- Présentation de la stratégie 24 - 26
- Présentation du plan d'action prévisionnel 2024
- Présentation des chantiers stratégiques prioritaires 2024
- Présentation du budget 2024

*Présenté sous  
forme de rapport  
d'activité*

**RETROUVEZ TOUTES LES  
INFORMATIONS DANS LE  
SUPPORT DE PRÉSENTATION  
DE LA PRÉCÉDENTE AG**

# Rapport d'activité

2023



Natacha



Mélina



Elodie



Léo

# ACCUEIL QUALITÉ

# RETOUR SUR LA MISSION D'ACCUEIL EN 2023

33444

## Contacts client



22 182 demandes au guichet



8445 appels



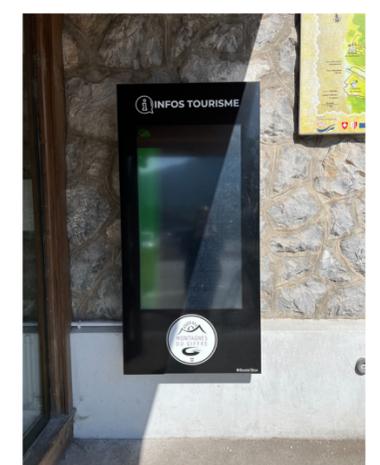
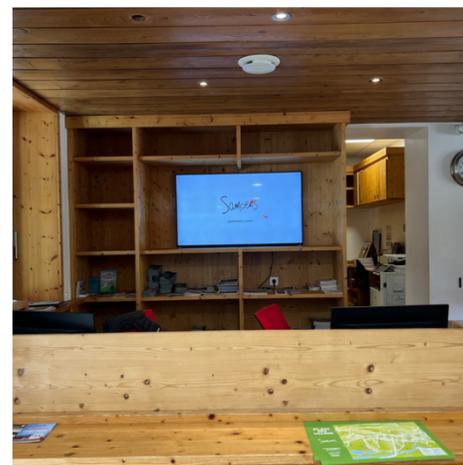
552 mails



183 courriers (envoyés)

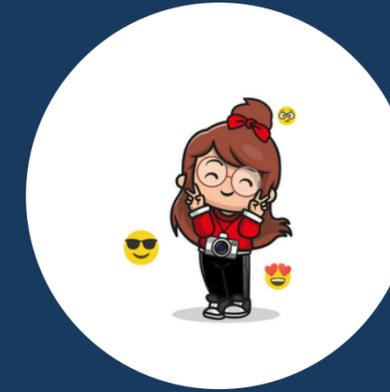
## *Aménagements destinés à améliorer l'accueil client*

- Agrément de l'attente par un grand écran (derrière le comptoir) avec animations du jour, météo et vidéos promotionnelles.
- Mise en place d'un "Point info randos" pour répartir les flux.
- Déploiement par la CCMG de la borne extérieur et table tactile

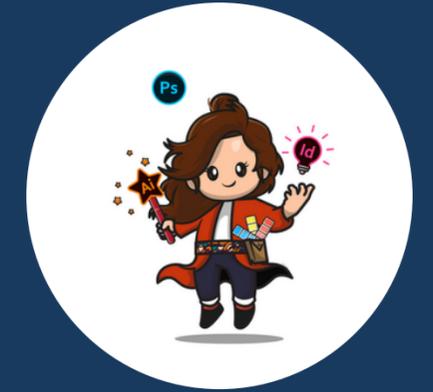




Isabelle



Mathilda



Stephanie

# PROMO -COM



Clémence  
50%

# L'ACCENT MIS SUR LA NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE

## Accélérateur sur le levier du digital

- Audit du site [www.samoens.com](http://www.samoens.com)
- Focus sur l'espace TO/CSE dédié au B2B
- Formation au référencement payant
- Mise en place de la suite de Google Analytics pro avec le suivis Ads
- Suivi du SEO (référencement naturel)
- Détermination d'un plan d'action et d'actions correctives à co-déployer avec notre agence Web
- Audit des pratiques en place
- Etablissement d'une stratégie éditoriale
- Formation de la CM
- Développement des indicateurs et suivi des actions correctives



## Lancement du nouveau magazine

The collage features several elements: a large portrait of Michel Verdy, a page from the 'Samoëns C'EST AUX' magazine with an article titled 'Michel Verdy' and a sub-headline 'Un coup de baguette magique...', a photo of a sheep pen, and a page from 'LEUR COEUR DE COEUR' magazine with the headline 'LEUR COEUR DE COEUR' and a sub-headline 'LE MAGASIN DE L'AMOUR'.

Permettant d'affirmer le positionnement authentique et humain de notre village



Isabelle



Colyne



Lydia



Clémence  
50%

# RESA B2B - B2C

# FOCUS SUR L'OFFRE B2B

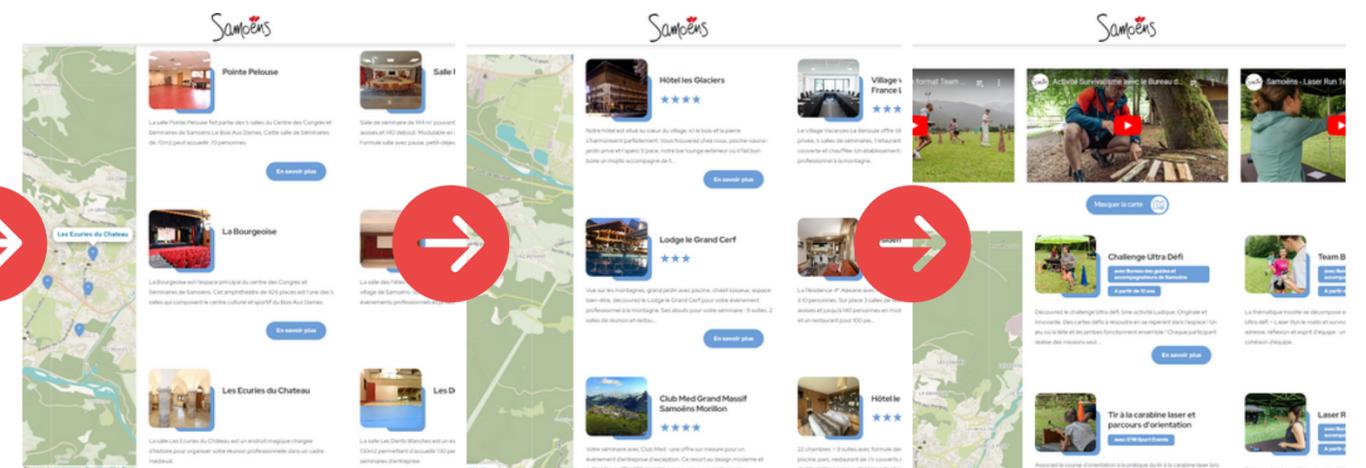
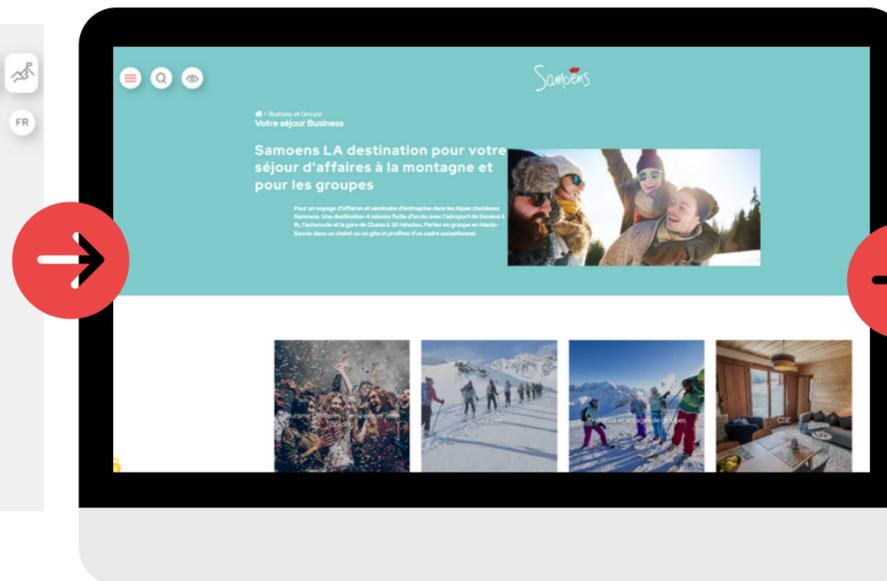
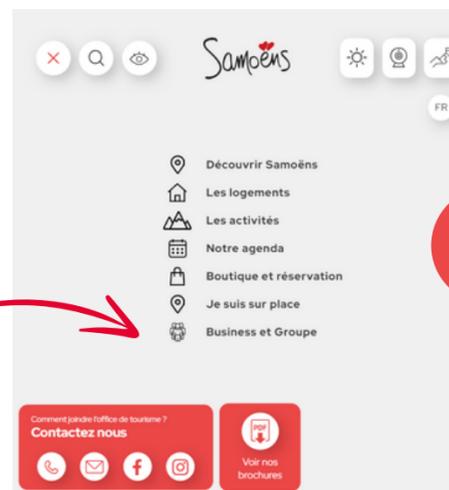


*Référencer et structurer l'offre pour mettre en marché auprès des pros*

Besoin :

- Maintenir le lien avec les TO (Tour Opérateurs) / Agences en organisant des Eductours ;
- Affiner l'offre à proposer aux CSE, groupes, séminaires, event...
- Ouvrir les packages aux offres complémentaires à l'hébergement ;
- **Prioriser les petits groupes sur lesquels nous pouvons convertir ;**
- Devenir identifiable par ces acteurs, et faire du service résa de l'OT un partenaire de cette clientèle cible en allant en salon et en travaillant les SEO (référencement naturel) du site dédié.

*Entrée  
Business  
& Groupe*



Les équipements

Les hébergements

Les activités



Nils



Saisonnier  
1



Saisonnier  
2



Saisonnier  
3

# ANIMATION

# DU RENOUVEAU DANS LA PROGRAMMATION ET DES DÉFIS LOGISTIQUES

## *Dynamisation d'halloween*

CONCEPT : **La chasse aux Zombies** :

- Développement budget restreint
- Un storytelling fort avec tout un univers entier décliné pour créer le jeu
- Collaboration étroite avec :
  - Les commerçants
  - Des associations



## *Challenge logistique et de coordination pour le 14 juillet*

CONTEXTE : Les festivités tombaient le **même WE que Tour de France** induisant l'absence de support du CTM et le dispatch des équipes OT entre la Buvette du TDF et le 14J.



Montage et  
démontage de la  
scène par l'OT  
en 24h



Bonne  
collaboration  
avec les services  
de la Mairie



Retours positifs  
des touristes,  
des locaux et des  
commerçants



Franck



Saisonnier  
1



Saisonnier  
2



Saisonnier  
3

# EVENEMENT

# DE BELLES RETOMBÉES SUR LES ÉVÈNEMENTS 2023

## Championnat du monde de NEG 2023

Victoire aux Mountain  
Tourism Awards pour le  
meilleur événement de  
montagne

Record du monde  
Guinness pour le plus  
grand événement  
mondial en eau glacée



+ 35 % de tests

87% d'intention de reconso de la destination Samoëns par les festivaliers

2 050 000€ de recettes immédiates en vallée du Giffre (+ 450k /r à 2022) - Source observatoire économique du tourisme



Création et lancement d'un nouveau produit

Indicateurs au vert pour la première édition :

- 500 parapentistes
- + 2000 décollages
- impacte élevé de notoriété sur la cible



Direction



Sandrine

**DiRECTION**

# RESSOURCES HUMAINES

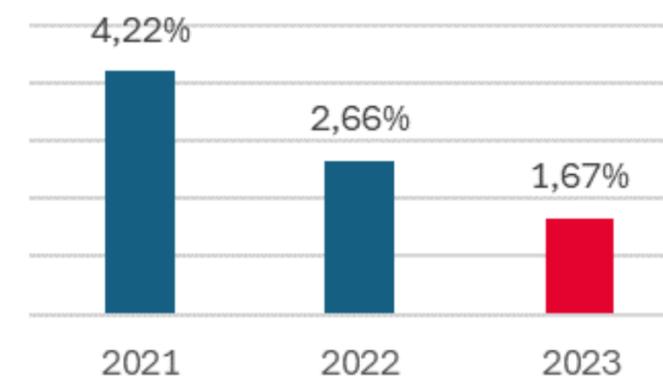
## Effectifs à la hausse



## Absences à la baisse



### Taux d'absence



### *Les entrées*

2022 :

- Nils Gallo
- Lydia Debrabant
- Elodie Portier

2023

- Franck Lehaire



### *Les sorties*

2022 :

- Céline Jougleux

2023 :

- Adrien Maillard
- Bruno Cherblanc

# RESSOURCES HUMAINES

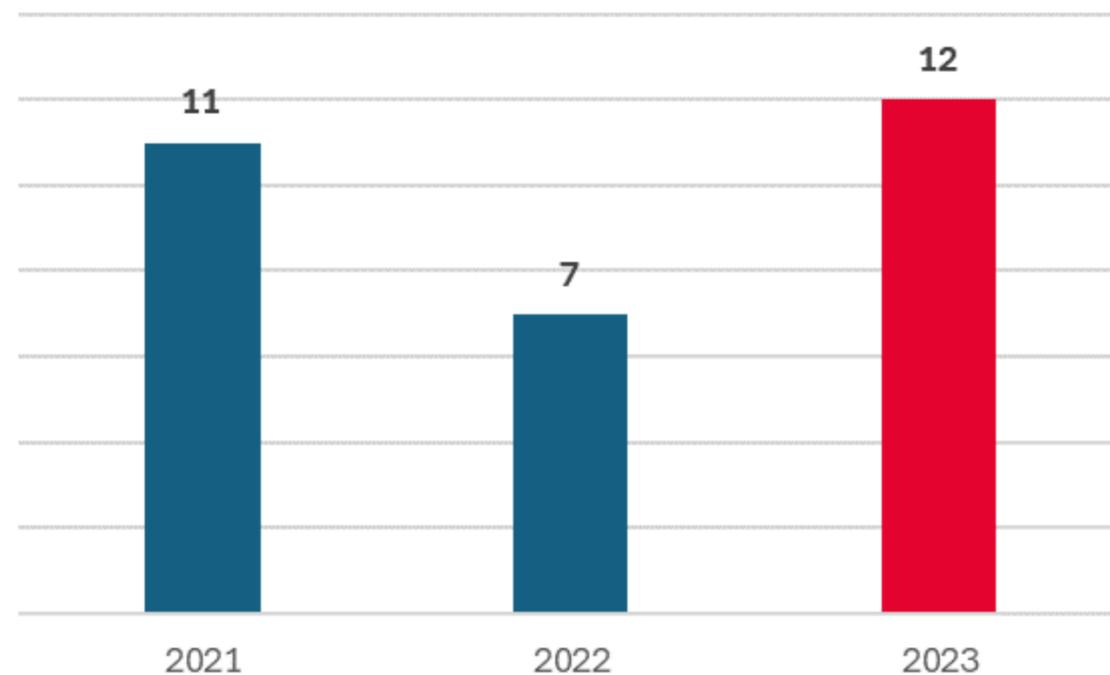


## Les formations

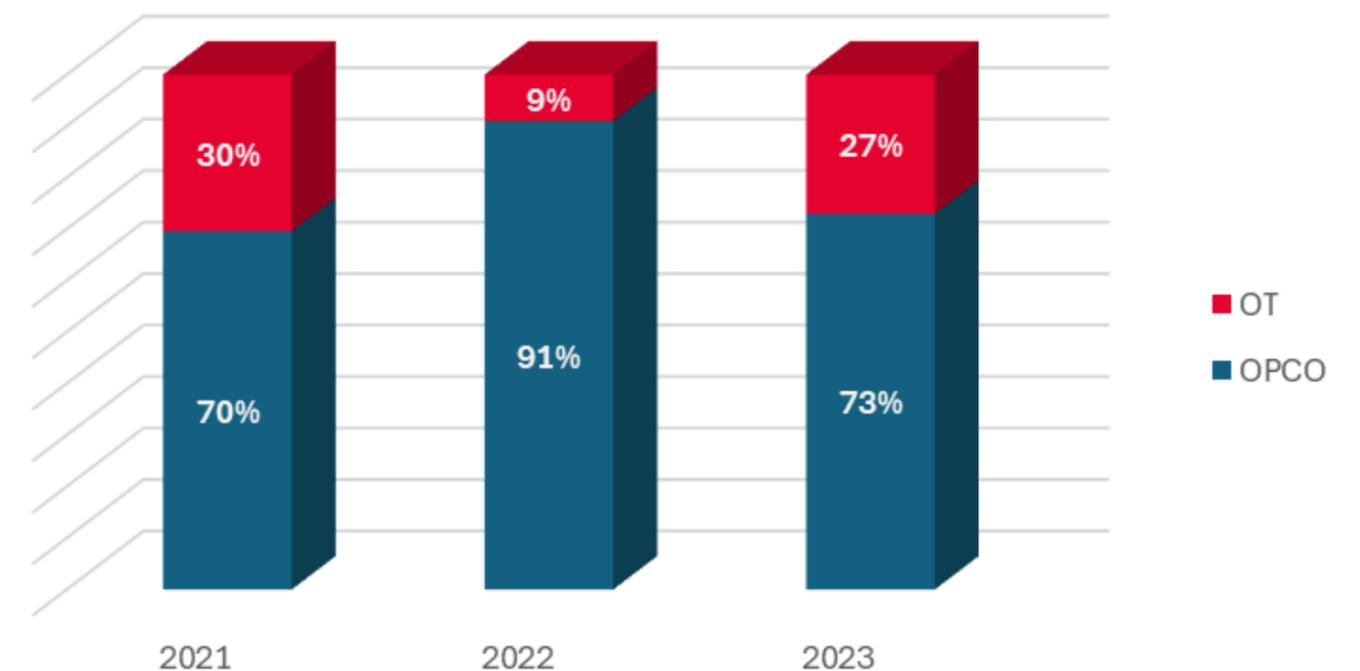
Les principaux thèmes de formations sur les 3 dernières années sont :

- le community management
- la sécurité, la qualité et la Responsabilité Societale des Entreprise
- les outils interne (APIDAE, Welogin ...)
- le management

Personnes formées



Financement de la formation



DES  
QUESTIONS ?

**samoens**♥**com**  
À EN TOMBER AMOUREUX

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023



# *Bilan comptable*

2023

# PLACE AUX EXPERTS : WIRION

**samoens♥com**  
À EN TOMBER AMOUREUX

# *Commissaire aux comptes*

2023

# PLACE AUX EXPERTS : M.CACHAT

**samoens♥com**  
À EN TOMBER AMOUREUX

DES  
QUESTIONS ?

**samoens**♥**com**  
À EN TOMBER AMOUREUX

**BILAN FINANCIER DE**

**L'ASSOCIATION**

**2023**

*Sujet soumis  
à approbation*



**VOTE**

*Pré-bilan*

*Hiver 2023-2024*

# CHIFFRES CLÉS SUR LE TAUX D'OCCUPATION H23-24 VS N-1

## TAUX D'OCCUPATION

Station

**56,0 %**  
+ 2,1 pt(s)

vs

Panel Charme

**53,4**  
+ 1,7 pt(s)



Pic taux d'occupation



Semaine du  
02/03/2024

**82,2 %**

### Taux d'occupation par type d'hébergements

Résidence de  
tourisme **65,1 %**  
+ 3,9 pt(s)

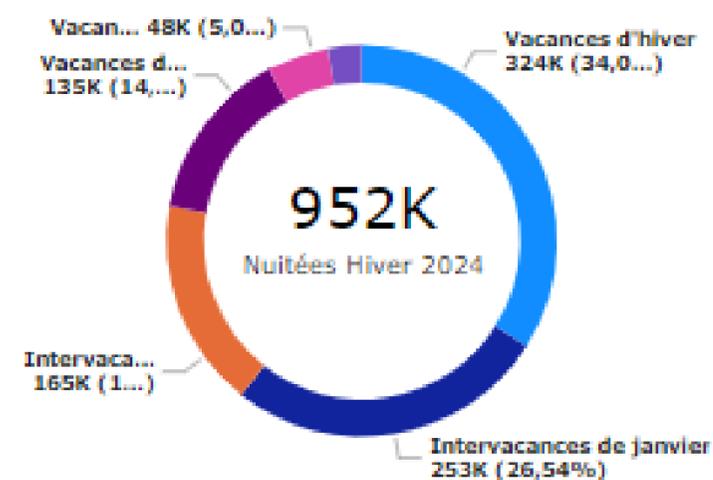
Agences  
Immobilières **57,8 %**  
+ 0,6 pt(s)

Hôtels **58,7 %**  
- 0,6 pt(s)

Villages  
Vacances **65,8 %**  
+ 5,4 pt(s)

Camping - %

Particuliers  
à Particuliers **49,0 %**  
- 0,1 pt(s)



Une légère hausse de fréquentation par rapport à H22-23 ;

Une hausse non uniforme suivant les typologies de lits, mais présente pour tous ;

Un pic de fréquentation en S4 des vacances de février.

# FRÉQUENTATION H23-24 VERSUS N-1



Avant  
saison

**22,7 %**

- 6,2 pt(s)



Vacances  
de Noël

**76,6 %**

+ 13,7 pt(s)



Intervacances  
de Janvier

**56,8 %**

+ 6,1 pt(s)



Vacances  
d'hiver

**79,3 %**

+ 2,4 pt(s)



Intervacances  
de Mars

**48,5 %**

+ 3,7 pt(s)

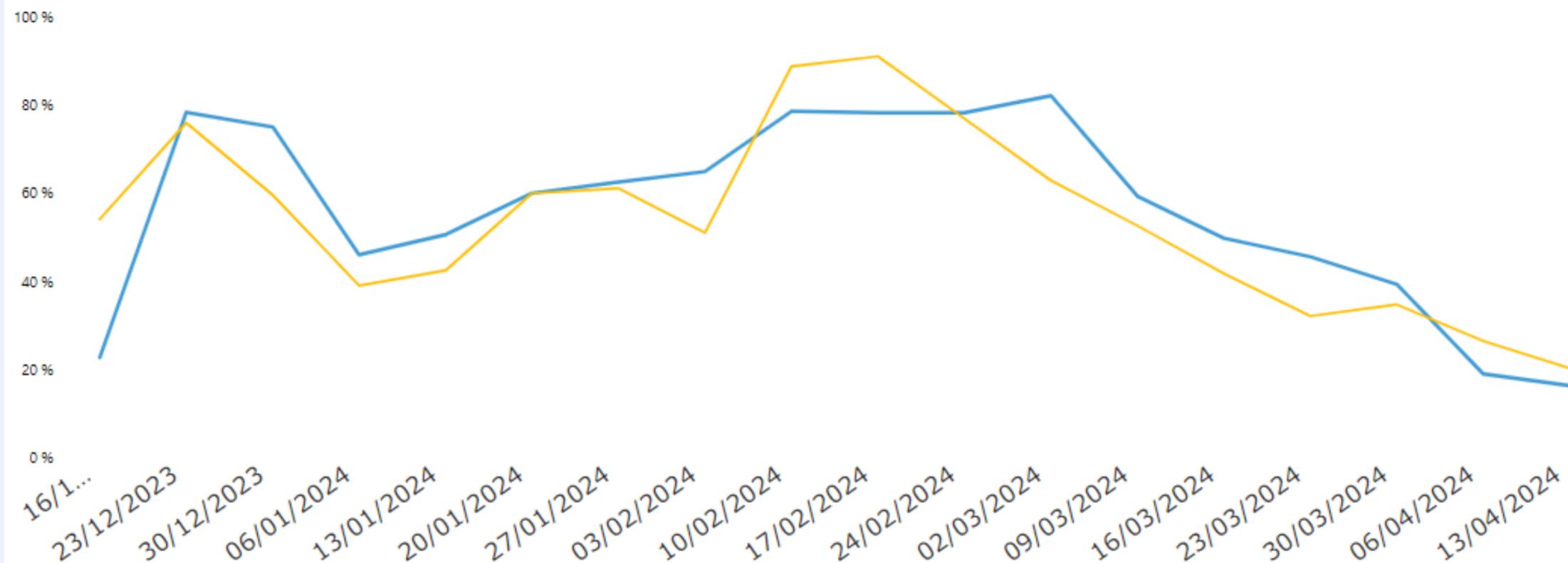


Vacances de  
printemps

**17,6 %**

- 6,1 pt(s)

● 2024 ● 2023



Une belle progression sur janvier (avec une dimension qualitative de la clientèle) ;

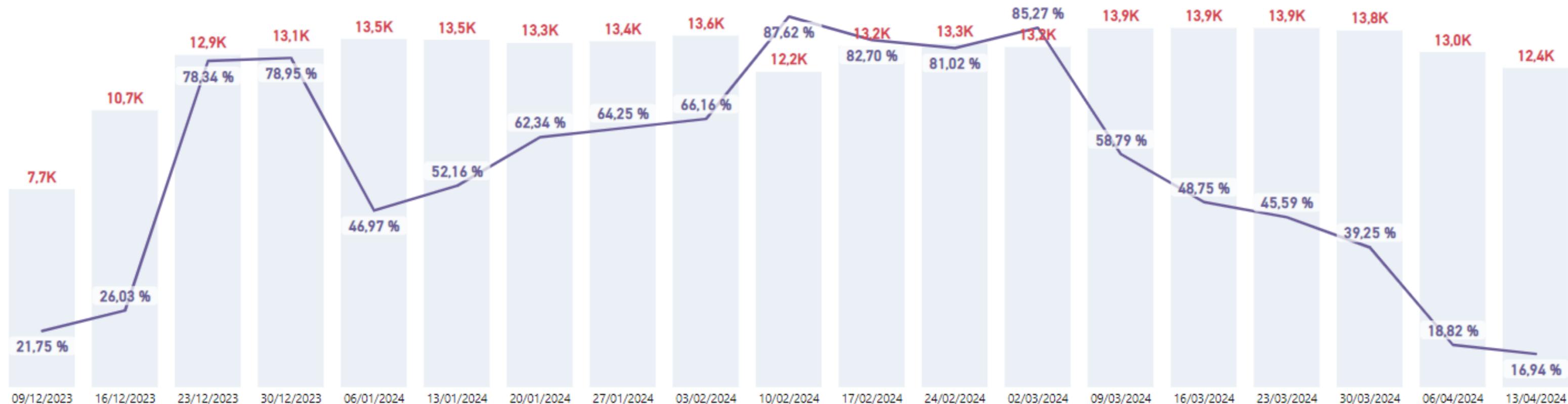
Une composition calendaire idéale pour une courbe de fréquentation “sans pics” et plus facile à gérer dans une démarche de satisfaction / fidélisation ;

Une fin de saison difficile, avec un effondrement dès la fin mars.

# TAUX D'OCCUPATION H23-24 /R AU STOCK EN MARCHÉ

Les taux d'occupation sont calculés par rapport à votre capacité réelle

● Lits commercialisés ● Taux d'occupation sur offre réelle



# DISPATCH DES STOCKS H23-24

CAPACITÉ MAXIMALE PRO + PARTICULIER À PARTICULIER DE VOTRE DESTINATION

**14767** lits

dont **39** établissements professionnels

RÉPARTITION DE LA CAPACITÉ MAXIMALE PAR TYPE D'HÉBERGEMENTS

● Agences immobilières ● Campings ● Hôtels ● Lits pâp ● Résidences de tourisme ● Villages vacances



VARIATION HEBDOMADAIRE DES STOCKS DE LITS OUVERTS

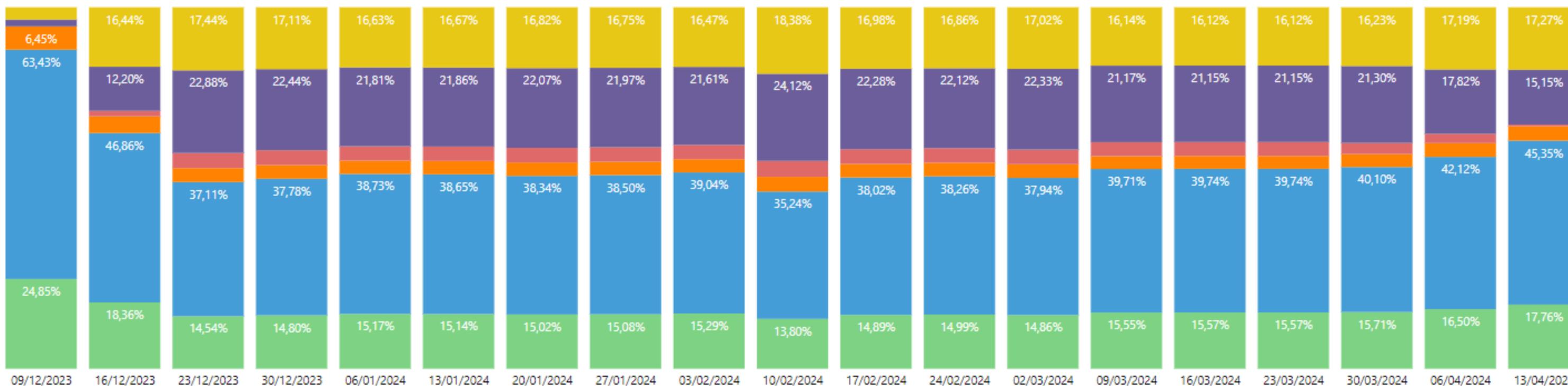
AFFICHER

Vue générale

Répartition par type d'hébergement

Nombre d'établissements professionnels ouverts

● Agence immobilière ● C2C ● Camping ● Hôtel ● Résidence de tourisme ● Village vacances





Natacha



Mélina



Elodie



Léo

# ACCUEIL QUALITÉ

# CET HIVER À L'ACCUEIL

14224

Contacts client



10123 demandes au guichet



3771 appels



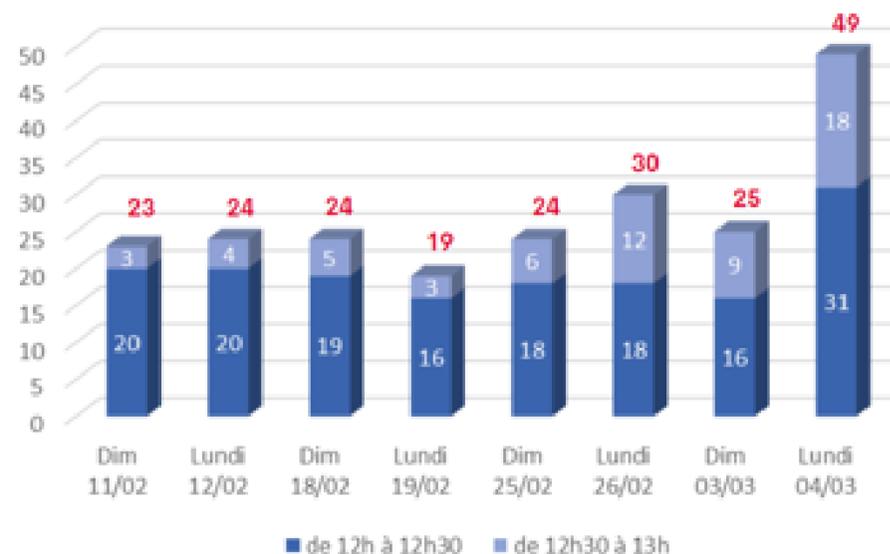
255 mails



64 courriers (envoyés)

## Actions d'enrichissement de l'accueil

- Test d'accueil hors les murs :
  - Hebdo : Temps de bienvenue
  - Ponctuel : Village de Noël et Festival
- Mise en place d'un accueil prolongé les lundis et dimanches de vacances de février



## Nouvelle offre de location : LOCKIIN



Inscape Game  
"Lucia des montagnes" proposé à la location au tarif de 30.00€

Réservable en ligne.

# RÉALISATION DE L'AUDIT BLANC QUALITÉ TOURISME



Rappel : minimum 85% - Mise en exergue de 20 points sensibles (sur les 188 existants) à assurer pour le classement prévu en juin - Développement des actions correctives en cours.

## *Nos points forts :*

- Approche “Samoëns c’est eux”
  - Méthodologie de construction du plan d’action 24-26
  - Clarté du plan de formation et de son suivi
  - Bilans et focus réguliers sur l’activité de l’association
  - Suivi des réclamations
  - Dispositif de suivi des décisions dans la gouvernance
- (liste non exhaustive)

# EXEMPLES D' ACTIONS CORRECTIVES



*Non valides : 10*

*Actions correctives : 10*

EX Point : 92 - Absence de formalisation de la stratégie boutique

EX d'action corrective :

Rédaction de la stratégie aujourd'hui informelle, sur la base des principes existants :

- Non-concurrence avec les commerces locaux;
- Privilégier les produits made in France ou locaux;
- Privilégier les matériaux durables ; etc



*Insatisfaisants : 1*

*Actions correctives : 0*

Point : 36 - Abords privatifs de l'OT jugés en mauvais état (peinture soubassement effrité, boiseries abimés, porche arrière en mauvais état, etc...)

Transmission du rapport du préaudit à la Mairie pour information et de l'audit final



*Sensibles : 18*

*Actions correctives : 16*

EX Point : 56 - Les badges d'identification ne sont pas conformes

EX d'action corrective : Modifications de badges portés par le personnel d'accueil avec ajout des mentions manquantes

## LE SAVIEZ-VOUS ?



### Qu'est-ce que Qualité Tourisme™ ?

Afin de toujours mieux vous recevoir et d'améliorer la qualité des prestations touristiques en France, l'État a créé la marque Qualité Tourisme™.

Cette marque sélectionne et fédère sous un même symbole les démarches qualité engagées pour votre satisfaction dans l'hôtellerie, les résidences de tourisme, les villages de vacances, les campings, la restauration, les cafés et brasseries, les agences de locations saisonnières, les offices de tourisme, les lieux de visite et les activités sportives et de loisirs.

Il s'agit de mettre à votre disposition un signe de reconnaissance qui vous permette de choisir en toute confiance des établissements qui offrent des prestations de qualité.

**RENSEIGNEZ-VOUS, AUTO-ÉVALUEZ-VOUS ET ENGAGEZ VOUS DANS UNE DÉMARCHE QUALITÉ CERTIFIANTE SUR :**



<https://www.qualite-tourisme.gouv.fr>

A venir : une NL dédiée

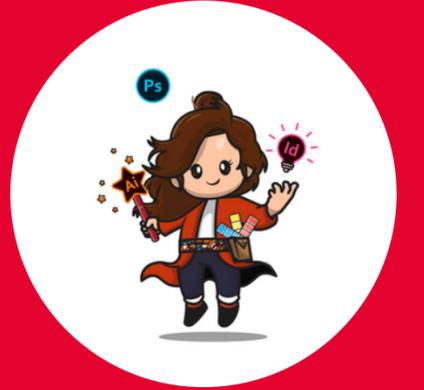
# PROMO -COM



Isabelle



Mathilda



Stephanie



Clémence  
50%

# FINALISATION DU GUIDE DE LA MARQUE



 C65 M15 J0 N90 R4 V39 B54 #042736	 C0 M100 J80 N0 R228 V3 B46 #e4032e	 C100 M80 J40 N20 R25 V58 B95 #193a5f
---	--	--

<p>Versions en couleurs</p>  	<p>Versions monochromes</p>  
---	---

<b>Aa</b>	<b>Circular Std Black</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0011,;./=+@&* €\$£%	Typographie de titre Légende Introduction
<b>Aa</b>	<b>Circular Std Book</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0011,;./=+@&* €\$£%	Typographie de titre Top 3
<b>Aa</b>	<b>SKRAPBOOK</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ( ) [ ] , ; / = + @ & * \$ %	Typographie baseline Titre / Sous-titre
<b>Aa</b>	<b>Damion Regular</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ( ) [ ] , ; / = + @ & * €\$£%	Typographie titre Exergue

*Logos, chromatiques et typos*

# FINALISATION DU GUIDE DE LA MARQUE

Le cœur peut-être utilisé en signature,  
en remplacement du point pour le site web,  
en liste à puces, en motif...



samoens.com  
À EN TOMBER AMOUREUX



Grand domaine skiable



Village



VTT



Sports d'eau



Randonnée famille



Village + Domaine skiable



Base loisirs



Bien-être



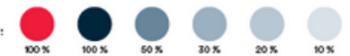
Sports extrêmes



Animations

Les illustrations utilisées dans les éditions proviennent du site [www.storyset.com](http://www.storyset.com) - Style BRO  
Elles sont libres de droit et entièrement éditables, mais nécessitent d'être créditées dans le document (crédit : Storyset - Bro).

Utiliser le rouge et le bleu de  
la charte + différents % du bleu:



*Symboles, pictos et illustrations*

# FINALISATION DU GUIDE DE LA MARQUE

## SAMOËNS, À EN TOMBER AMOUREUX

Créer des accroches autour  
du champ lexical de l'amour.

Combiner des mots en relation avec l'amour  
/ le sentiment amoureux avec des expériences  
à vivre et / ou des lieux à découvrir à Samoëns.

## DIVINE IDYLLE face au Mont Blanc

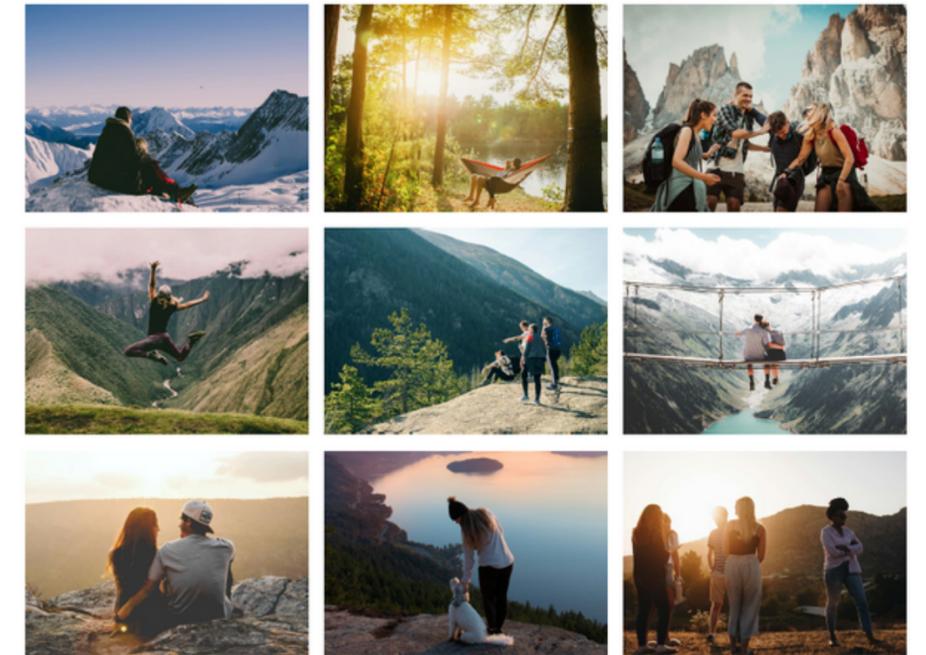
Visuel depuis le sommet de la tête des Saix sur le lac de l'Airon

## IN LOVE Au paradis des sensations

Visuel VTT à Samoëns

## RAIDE DINGUE des 265 km de glisse du Grand Massif

Visuel ski alpin



*Éléments de langage  
et shooting objective*

# RESA B2B - B2C



Isabelle



Colyne



Lydia



Clémence  
50%

### DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE

POUR QU'EST-CE QUE LE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE ?

### Constat

- Le modèle économique actuel est devenu obsolète
- Le chiffre d'affaires est en baisse
- Le coût de revient est en hausse

### Revisions

- Adopter un modèle économique innovant
- Optimiser les coûts
- Améliorer la qualité de service

Revue de service client en 2023

### ALLER VERS UN MODÈLE ÉCONOMIQUE RÉMUNÉRATEUR

### Changements de modèle économique

- LES MOYENS**
  - Le modèle économique actuel est devenu obsolète
  - Le chiffre d'affaires est en baisse
  - Le coût de revient est en hausse
- LES FINANCES**
  - Le chiffre d'affaires est en baisse
  - Le coût de revient est en hausse
  - Le bénéfice est en baisse
- LA MÉTHODOLOGIE**
  - Le modèle économique actuel est devenu obsolète
  - Le chiffre d'affaires est en baisse
  - Le coût de revient est en hausse

### NOS PRÉCONISATIONS

Le modèle économique à adopter est :

- Basé sur la vente de produits à haute valeur ajoutée
- Basé sur la vente de services à haute valeur ajoutée
- Basé sur la vente de produits et services à haute valeur ajoutée

### 7

### 5%

### 10%

AVANTAGES POUR LES CLIENTS

- Meilleure qualité de service
- Meilleure qualité de produits
- Meilleure qualité de prix

### PROJECTION

MOIS	CHIFFRE D'AFFAIRES	COÛT DE REVIENT	BÉNÉFICE
Jan	100000	70000	30000
Fév	105000	72000	33000
Mars	110000	74000	36000
Avr	115000	76000	39000
Mai	120000	78000	42000
Jun	125000	80000	45000
Juillet	130000	82000	48000
Août	135000	84000	51000
Sept	140000	86000	54000
Oct	145000	88000	57000
Nov	150000	90000	60000
Déc	155000	92000	63000
<b>Total</b>	<b>1300000</b>	<b>900000</b>	<b>400000</b>

### CAPACITÉ D'AUTO-FINANCEMENT DU SERVICE

### POURQUOI CETTE PROPOSITION DE MODÈLE ?

- Le modèle économique actuel est devenu obsolète
- Le chiffre d'affaires est en baisse
- Le coût de revient est en hausse
- Le bénéfice est en baisse

### TRANSFORMER L'OUTIL DE MISE EN MARCHÉ

### Trouver le bon outil

- LES MOYENS**
  - Le modèle économique actuel est devenu obsolète
  - Le chiffre d'affaires est en baisse
  - Le coût de revient est en hausse
- LES FINANCES**
  - Le chiffre d'affaires est en baisse
  - Le coût de revient est en hausse
  - Le bénéfice est en baisse
- LA MÉTHODOLOGIE**
  - Le modèle économique actuel est devenu obsolète
  - Le chiffre d'affaires est en baisse
  - Le coût de revient est en hausse

### NOS PRÉCONISATIONS

Le modèle économique à adopter est :

- Basé sur la vente de produits à haute valeur ajoutée
- Basé sur la vente de services à haute valeur ajoutée
- Basé sur la vente de produits et services à haute valeur ajoutée

### Support client et expérience client

Meilleure qualité de service

Meilleure qualité de produits

Meilleure qualité de prix

### MAIS AUSSI

- Basé sur la vente de produits à haute valeur ajoutée
- Basé sur la vente de services à haute valeur ajoutée
- Basé sur la vente de produits et services à haute valeur ajoutée

### COMPARAISON DES OFFRES FINANCIÈRES DE LA BIEN-ÊTRE

Offre	Avantages	Inconvénients
Offre A	Meilleure qualité de service	Meilleure qualité de produits
Offre B	Meilleure qualité de prix	Meilleure qualité de service
Offre C	Meilleure qualité de produits	Meilleure qualité de prix

### COMPARAISON DES DISPOSITIFS

- Dispositif A
- Dispositif B
- Dispositif C

### POURQUOI NOTRE PRÉFÉRENCE VA VERS LA V4 - INGENIE

Plus de avantages

### Hôtel le Gai Soleil

Meilleure qualité de service

Meilleure qualité de produits

Meilleure qualité de prix

### Support client et expérience client

Meilleure qualité de service

Meilleure qualité de produits

Meilleure qualité de prix

### POURQUOI NOTRE PRÉFÉRENCE VA VERS LA V4 - INGENIE

Plus de avantages

### NOS ARGUMENTAIRES COMMERCIAUX

### Avantages pour les socio-pros

- Meilleure qualité de service
- Meilleure qualité de produits
- Meilleure qualité de prix

### EXEMPLE DE PLAQUETTE : PRO

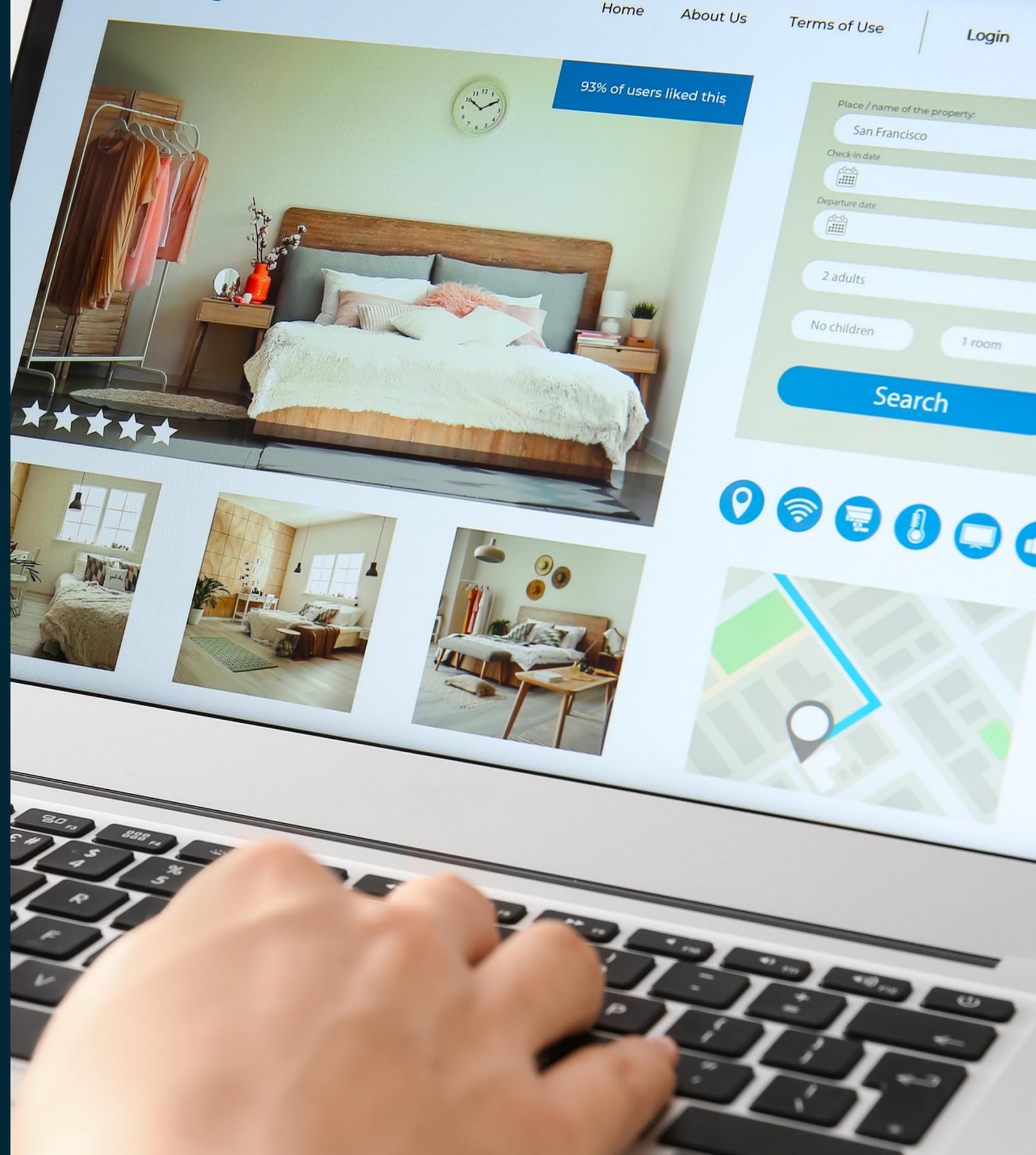
### AVANTAGES POUR LES CLIENTS

- Meilleure qualité de service
- Meilleure qualité de produits
- Meilleure qualité de prix



# DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE

Renouvellement fonctionnel du service réservation



## ♥ Constat

Un service réservation avec un model économique “à zéro” qui trouve aujourd’hui ses limites :

- **PERFORMANCE** : Un volume d’affaire qui plafonne, une mise en marché délicate des lits pro ;
- **TECHNOLOGIE** : Une interface client peu conviviale, un espace hébergeur vieillissant, un tunnel de conversion défaillant, etc ;
- **LEGALITE** : Un fonctionnement “border--line” avec la réalisation d’un service commercial entrant dans le champs de la concurrence et ce avec un financement public par le biais de la subvention communale.

## ♥ Ambitions

Pour 2024 validées par le CA et l’AG



**ALLER VERS UN MODÈLE  
RÉMUNÉRATEUR**



**TRANSFORMER L’OUTIL  
DE MISE EN MARCHÉ**



**Refonte du service réservation**





**ALLER VERS UN MODÈLE ÉCONOMIQUE  
RÉMUNÉRATEUR**



# NOS PRÉCONISATIONS

Le modèle économique à développer doit :

Proposer un taux de commission **attractif** par rapport aux OTA et autres plateformes de mise en marché

---

Être **simple** et transparent pour tous : adhérents et clients  
(respecter notre engagement d'authenticité)

---

Etre **incitatif** à la mise en marché et à la dynamisation de l'offre

## TAUX UNIQUE HÉBERGEMENT

7%



## TAUX RÉDUIT PRESTA CONNEXES

5%

## TAUX MAJORÉ PRESTA COMPLEXES

10%

## AUTRES COMPOSANTES DU MODÈLE

- 3% de frais de fonctionnement (pour le client)
- 0% de commission sur les ventes lors d'une opération commerciale induisant une remise sur le prix public
- 12% de commission si retrait des semaines à forte VA (3 semaines haute saison été + 3 semaines haute saison hiver)

# PROJECTION

Application de ce modèle sur la base de l'exercice 2023

	CA TTC 2023	TX.C EN %	COM PROJETEE TTC
MEUBLES NON PRO / INDIV	370.000,00€	7	25.900,00€
AGENCES IMMO	152.800,00€	7	10.696,00€
HOTELS	12.800,00€	7	896,00€
RESIDENCES GROUPES	40.300,00€	7	2.821,00€
RESIDENCES INDEPENDANTES	18.500,00€	7	1.295,00€
PRESTATIONS TC / COMPLEXES	9.000,00€	10	900,00€
PRESTATIONS CONNEXES	1.500,00€	5	75,00€
RM	1.500,00€	5	75,00€
COMMISSION ADHERENT			42.658,00€
FRAIS DE FONCTIONNEMENT CLIENT	606.400,00€	3	18.192,00€
TOTAL REMUNERATION DU SERVICE			60.850,00€

# POURQUOI CETTE PROPOSITION DE MODÈLE



Le commissionnement de **7% est bien inférieur** aux taux pratiqués par les OTA (en moyenne de 15 à 22%)

La rémunération globale de **10% (commissions + frais)** permet d'alimenter justement les besoins du **service** - si le volume vient à augmenter

L'absence de commission sur les périodes promotionnelles, **facilitera le montage de package tout en ne pénalisant pas les loueurs**

La parité calendaire, nous permettra de **vendre des séjours à fortes VA**



# TRANSFORMER L'OUTIL DE MISE EN MARCHÉ



# NOS PRÉCONISATIONS

L'outil de mise en marché doit :

Proposer un site de réservation client avec une **ergonomie moderne** et évolutive dédié à la conversion

Proposer une interface pro **simple (intuitive) et complète**

Etre une solution dont les **coût sont cohérents** avec les premières projections de volume d'affaire

Permettre une **mise en ligne au 15 juillet 2024**, pour lancer la commercialisation hiver

POURQUOI NOTRE  
PRECONISATION  
PORTE SUR LA V4  
- INGÉNIÉ



*Pour les socio-pros*

L'usage de l'espace pro comme **calendrier unique et chanel manager** avec l'utilisation des liens i-Cal

La mise à disposition du **widget de réservation prestataire en marque blanche** (hébergeurs comme prestataires d'activités)

Un **nouvel espace pro** : plus complet, intuitif et conçu pour être utilisé sur tablette et mobile

La **diversité des passerelles** de connectivités en acquisition comme en distribution

**POURQUOI NOTRE  
PRECONISATION  
PORTE SUR LA V4  
- INGÉNIE**



*Pour le service réservation*

Gain de temps et de ressources car toute la base de donnée (Ingénie et APIDAE) est automatiquement transférée

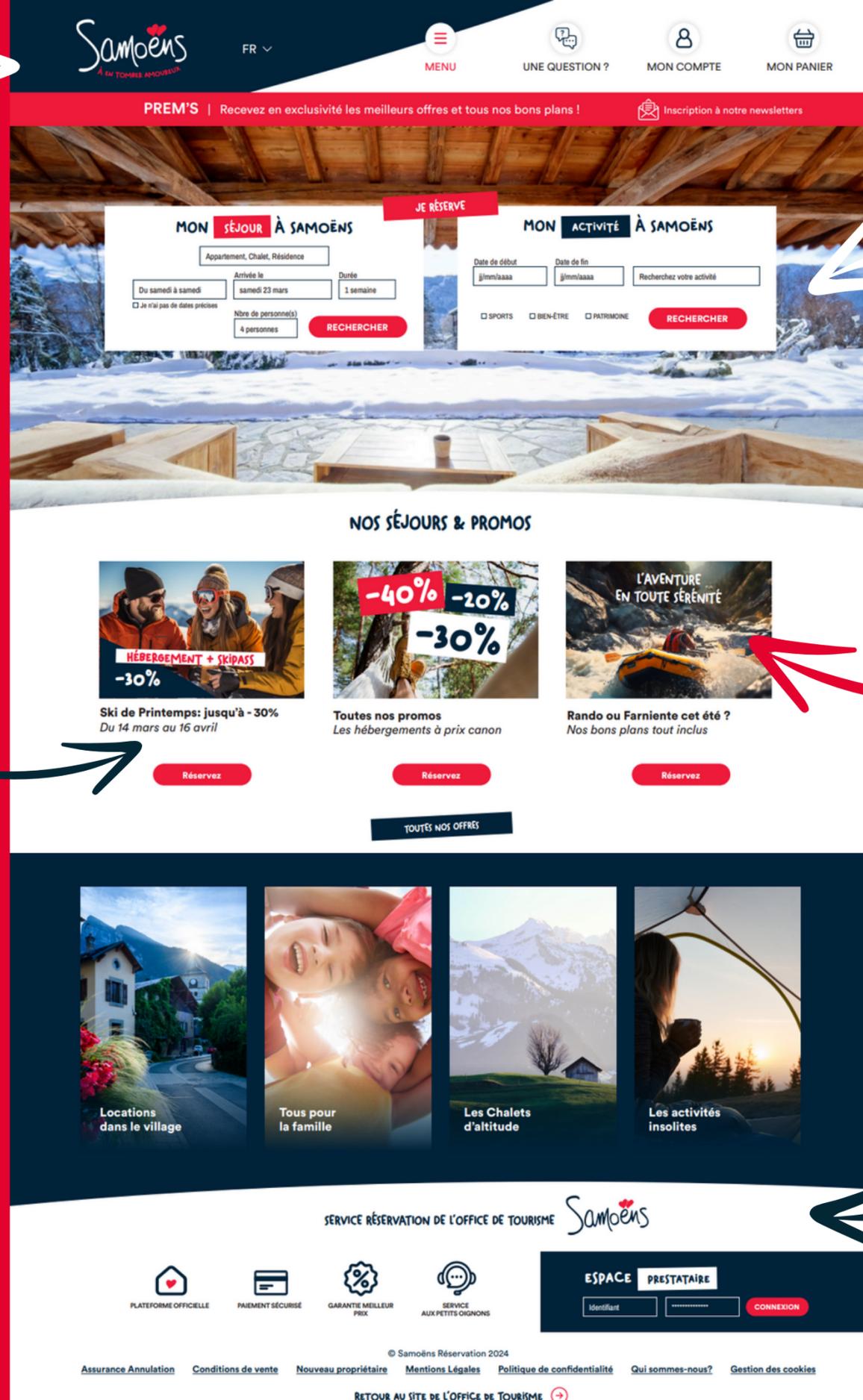
Une facturation (des coûts) fixes dont le poids ne pourra que baisser face à l'augmentation des ventes.

Un temps d'adaptation réduit car la logique sous-jacente reste proche de la V actuelle

Des fonctionnalités d'automation qui vont alléger le travail d'agent de résa au quotidien

Refonte avec la nouvelle charte

CTA  
Multiples et visibles



Maquette V1 de refonte de la home  
[www.reservation.samoens.com](http://www.reservation.samoens.com)

Moteur de réservation

Comme point d'entrée, identifiable et simple  
Moteur sous forme de widget flottant  
Dédié à l'hébergement comme aux extras (cours de ski / matériel / activités)

Offres à fortes VA

Mise en avant des opérations commerciales, produits différenciants et autres offres attractives

Avantages clients

Valorisation de la plus-value de ce service d'intermédiation

# MAIS AUSSI



## *Avoir une version unique vs été/hiver*

Et travailler un référencement 4 saisons



## *Refonte des catégories et critères*

Création d'une catégorie spécifique aux résidences de tourisme, présentation multi logements, mise en avant de l'accueil sur place par le propriétaire vs "boite à clef", etc



## *Intégration des avis clients*

Sur la base des enquêtes post-séjour "avis vérifiés"



## *Entrée par la map*

Type Booking.com ou AirBnB, identification des logements disponibles sur une carte



## *Chat d'assistance*

Outil de messagerie pour communiquer "en live" avec les prospects lors de l'acte d'achat



## *Pan belle aux visuels*

Sur les fiches logements (mise en place de photo reportage ?)



Ces éléments et d'autres figurent dans notre cahier des charges



Nils



Saisonnier  
1



Saisonnier  
2



Saisonnier  
3

# ANIMATION

# FOCUS ET ADAPTATIONS SUR LES DEMANDES CLIENTS

## Des vendredis de Février différenciants

Accompagner le client jusqu'au bout de son séjour !



FANFARE EN DÉAMBULATION SUR LES PISTES (COPORTAGE GMDS)



DJ SUR LA PLACE AVANT L'ARVI POT



ARVI POT DE CLOTURE



SPECTACLE DE JONGLERIE LUMINEUSE ET DIABOLO FREESTYLE

## Les ateliers créa de Léa

Grâce aux compétences des animateurs, mise en place de nouveaux ateliers enfants / famille, basés sur la créativité et les travaux manuels.

ex : atelier bougies artisanales, fabrication de petits objets souvenirs montagne

LE COUP DE  DES FAMILLES

## De la densité sur le WE Pâques

Dimanche 31 Mars 2024 :

- 10h | Atelier Maquillage, Atelier créatif de Panier de Pâques, Course à la Cuillère

- 15h | La Chasse aux œufs, La Mini chasse aux œufs

Lundi 1er Avril 2024 :

- 10h | Atelier Créatif de poissons d'avril, Relève le défi de coller les poissons sur les commerçants, Dessine des poissons à la craie !



THÉMATIQUE DÉVELOPPÉE AVEC LES COMMERÇANTS



Franck



Saisonnier  
1



Saisonnier  
2



Saisonnier  
3

# EVENEMENT

# MISSION DE L'HIVER : TRAVAIL PRÉPARATOIRE À LA REFONTE DE LA PROGRAMMATION, MAIS AUSSI :



**PROGRAMME**

**BUVETTE ET RESTAURATION SUR PLACE.**

**VENDREDI 5 AVRIL**

**OUVERTURE DU SALON DU FESTIVAL**

- Base de loisirs de Samoëns
- Atterrissage parapente
- 13h - 18h

**ANIMATIONS POUR TOUS**

**VOL PARAPENTE BIPLACE**

- Base de loisirs de Samoëns
- Atterrissage parapente
- 13h - 17h
- Réservation sur place - 90€

**CINÉ DÉBAT**

- Cinéma le Criou
- 19h
- Le Hike & Fly sous toute ses formes avec François Montuori et François Ragolski.
- Entrée Gratuite

**SAMEDI 6 AVRIL**

**OUVERTURE DU SALON DU FESTIVAL**

- Base de loisirs de Samoëns
- Atterrissage parapente
- 9h - 18h

**ANIMATIONS POUR TOUS**

**CRÉATION ET INITIATION AU LANCÉ DE BOOMERANG & CRÉATION ET VOL DE CERF VOLANT**

- Base de loisirs de Samoëns
- Atterrissage parapente
- 10h - 16h30
- Gratuit

**VOL PARAPENTE BIPLACE**

- Base de loisirs de Samoëns
- Atterrissage parapente
- 9h - 17h
- Réservation sur place - 90€

**CONCERTS**

- Base de loisirs de Samoëns
- Atterrissage parapente
- 18h - 19h45 : Undertone Pop-Rock
- 20h15 - 22h15 : Les Roosters Pop-Rock-Soul
- Gratuit

**DIMANCHE 7 AVRIL**

**OUVERTURE DU SALON DU FESTIVAL**

- Base de loisirs de Samoëns
- Atterrissage parapente
- 9h - 17h

**ANIMATIONS POUR TOUS**

**CRÉATION ET INITIATION AU LANCÉ DE BOOMERANG & CRÉATION ET VOL DE CERF VOLANT**

- Base de loisirs de Samoëns
- Atterrissage parapente
- 10h - 16h30
- Gratuit

**VOL PARAPENTE BIPLACE**

- Base de loisirs de Samoëns
- Atterrissage parapente
- 9h - 16h
- Réservation sur place - 90€

**MARQUES PRÉSENTES**

SKYWALK, GIN, neo, nervures, syrïde, AIVIUK, Little Cloud, DUREK, KORTTEL DESIGN, NOVA, AIRDESIGN, OZONE, WAY, Flow, SUPAIF

## *Festival de Parapente 2024*

Un beau weekend malgré une météo compliquée pour le parapente.

- Augmentation des marques présentes;
- 1800 vols sur le weekend sur les 2 décollages;
- 250 testeurs;
- 400 parapentistes;
- 1 sortie Hike & Fly mettant un avant la randonnée du Criou;
- 1 nouveau site de décollage pour les participants.

La déception de l'hiver :

**ANNULATION**

*Championnat de France de NEG*

Malheureusement annulé du fait du problème technique rencontré sur le Lac

Reprogrammation non prévue à date (édition 24 confiée à Megève)



Sandrine

**BUREAU**

# Remodelage de l'organigramme

Induisant la réécriture des fiches de poste

## PÔLE DIRECTION



Sandrine



En cours de recrutement

## BUREAU



Jean-Michel Moulthou



Sébastien Bald



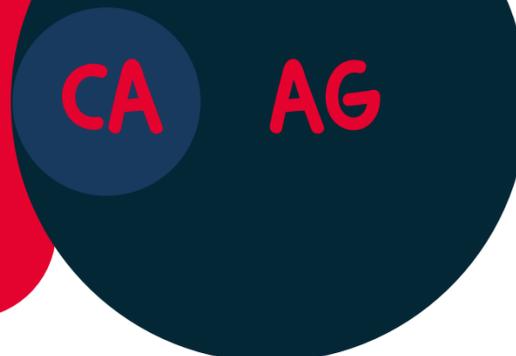
Frédéric Spangier



Philippe Wactalk



Xavier Saverone



## PÔLE MARKETING



Isabelle

### SERVICE CONTENU



Mathilda



Stéphanie

### SERVICE RÉSERVATION



Colyne



Lydia



Clémence

## PÔLE ACCUEIL



Natacha



Elodie



Melina



Léo

## PÔLE ANIM / ÉVENT.



Nils



Franck



3 saisonniers

+ 1 manutentionnaire externe ?

# LES POINTS CONSTITUTIFS DE LA CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS

Avenant n°2 depuis le 14.12.23 (valable jusqu'au 30.09.2024)

LE PROJET DE CONVENTION : VALIDÉ EN MAIRIE LE 15.04.2024

- Expose les 8 objectifs politiques portés par la commune et pour lesquels nos actions stratégiques doivent apporter une réponse;
- Détaille nos actions par thématiques en mettant en exergue la logique de démarche environnementale vertueuse;
- Porte du 01.01.2024 au 31.12.26;
- Réaffirme le principe d'élaboration : Subvention = [Part évolutive (mini 800k) : Taxe de Séjour N-2 ] + [ Part fixe (=400k) : Forfait sur la Taxe RM];
- Détermine le calendrier de versement en fonction du besoin en trésorerie;
- Valorise les autres moyens (sans en déterminer le détail) - conventions complémentaires à venir pour : le local, le matériel et les ressources humaines des services techniques;
- Liste les obligations d'évaluation, d'information et de coordination avec la Mairie et la commission tourisme



# MAXIMISATION DES COMMUNICATIONS ADHÉRENTS

Les NL

## Programme d'animation



Chaque semaine en saison,  
Permettent la réduction des impressions et une diffusion optimisée

Les NL

## "Socio-Pro"



Autant que de besoin,  
Permettant de diffuser les informations sur la vie de l'association, la veille métiers et montagne, et les flash.

## La communauté Whatsapp



Autant que de besoin



Flash info urgentes / importantes  
Rappel temps forts touristiques  
Rappel informations OT



Sondage à venir sur le type d'informations à diffuser par le biais de ce canal



DES  
QUESTIONS ?

**samoens**♥**com**  
À EN TOMBER AMOUREUX

# *Projections sur 2024*





Natacha



Méline



Elodie



Léo

# ACCUEIL QUALITÉ

# METTRE LA QUALITÉ AU CENTRE DES USAGES

Réaliser l'audit complet Qualité Tourisme

Actions correctives en cours de développement (présentées ci avant)

Mise à jour des labellisations et bases de données stratégiques

- Renouvellement accueil Vélo
- Mise à jours de l'information "Samoëns pour tous" dédiée au public en situation de handicap



Compiler l'information / la satisfaction

Mise en place de l'application FAIRGUEST qui permet de calculer le taux de satisfaction à partir des notes avis clients des entreprises locales :

- Monitoring des plateformes d'avis
- Analyse sémantique et intelligence artificielle
- Prise en compte des avis étrangers
- Compilation des contenus "Buzz"
- Reportings personnalisés

Création d'espaces adhérents afin d'informer et partager la démarche qualité



# TENDRE VERS LE CONSEIL SUR-MESURE

## *Digitaliser l'accueil*

Développement de l'outil RESALOCAL

- Créer des carnets de voyage sur-mesure et interactif
- Intégrant toute l'information existante : de la cartographie, aux activités (prestataires) en passant par les animations et autres produits / informations utiles pour le client
- Permet une mise à jours de l'info en réel : ex : gestion des flux, ou changement de dernière minute
- Diffusable en multi-support par QR code, email, sms, whatsapp, facebook ou en PDF
- Récupération des données clients

## *Augmenter la connaissance produit*

- Mise en place d'un programme de visites / tests des activités des adhérents et prestataires par les membres de l'accueil
- Plus de ressources dédiées à la collecte, la mise à jours des données la base APIDAE et son enrichissement / nettoyage

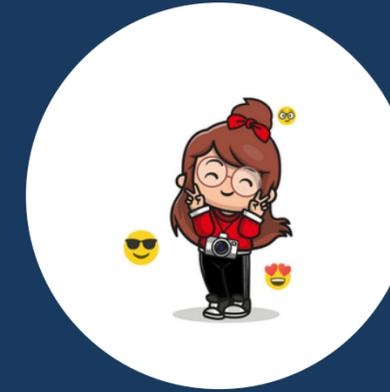
## *Multiplier les points de contact*

- Projet d'un accueil hebdomadaire à la Base de Loisirs - Lacs aux Dames

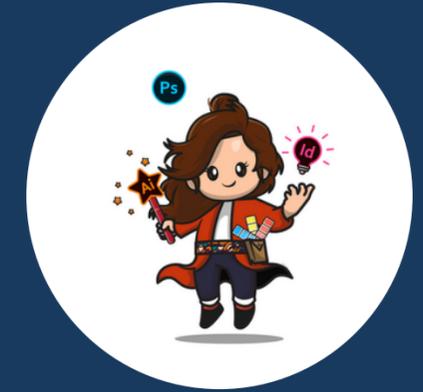




Isabelle



Mathilda



Stephanie

# PROMO -COM



Clémence  
50%

# DÉCLINAISON DU GUIDE DE LA MARQUE

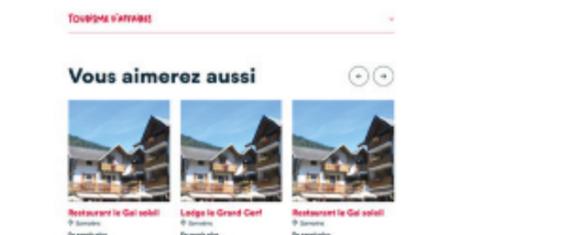
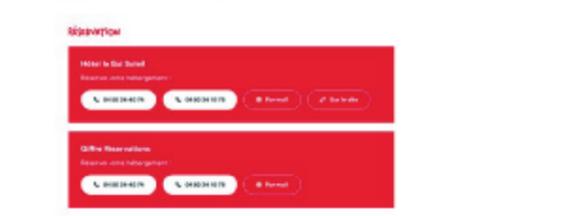
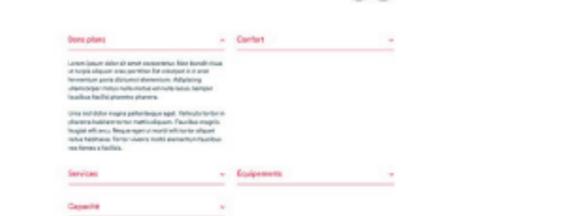
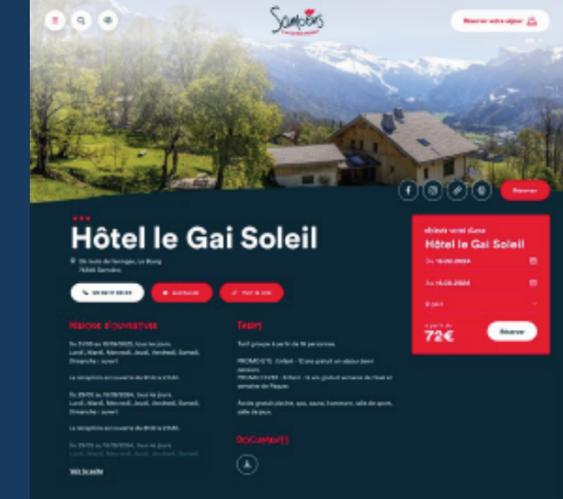


## Print

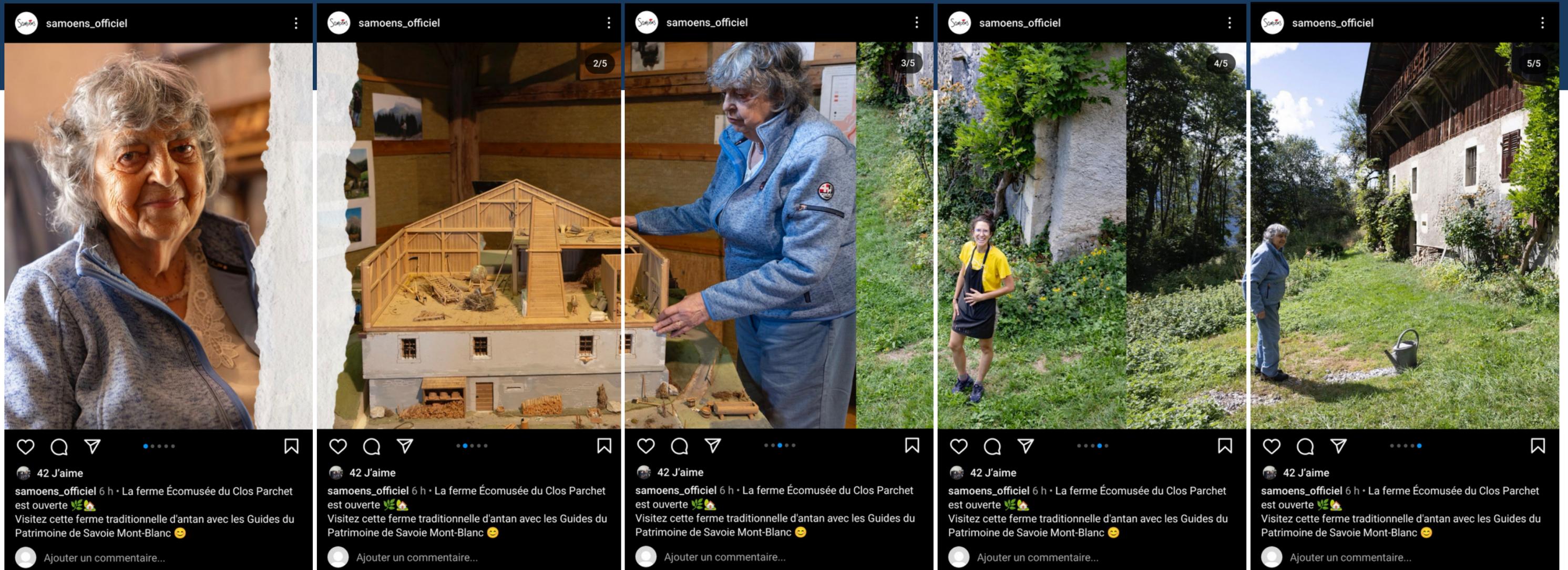
- Magazine de destination
- Guide pratique
- Guide hébergement
- Guides thématiques

## Web

- Home / Landings pages
- Pages hébergement avec intégration du moteur de résa
- Nouveau site internet de la nésa



# ACTIVATION DES LEVIERS ENGAGEANTS SUR LES RS





Isabelle



Colyne



Lydia



Clémence  
50%

# RESA B2B - B2C

# OPÉRATIONNALISER LA TRANSFORMATION DU SERVICE RÉSERVATION



*Informen et accompagner les prestataires*

- Refonte et renouvellement des contrats (aide juridique)
- Diffusion de la plaquette d'information
- Mise en place d'une démarche de recrutement



*Construire et appréhender le nouvel outil*

- Finalisation du cahier des charges fonctionnel et design du nouveau site
- Réaliser les formations internes
- Préparer l'accompagnement externe



*Développer les offres et maximiser leur mise en marché*

- Mettre en place un plan de communication dédié et multi-canal
- Monter les packages à commercialiser

# APERÇU DE LA BROCHURE DE PRÉSENTATION DU "NOUVEAU" SERVICE RÉSERVATION



## Avantages hébergeurs



### SÉCURITÉ ET SIMPLICITÉ

- ♥  **Paiement garanti :**  
Soyez assurés de recevoir vos paiements en temps et en heure, sans avoir à gérer les détails financiers.
- ♥  **Moins de gestion administrative :**  
Réduisez vos tâches administratives (contrats, factures, gestion des annulations...) pour vous concentrer sur l'essentiel.
- ♥  **Taxe de séjour gérée :**  
Nous collectons et reversons la taxe de séjour, vous n'avez pas à vous en préoccuper.



### RÉPUTATION ET CONFIANCE

- ♥  **Image de l'Office de tourisme :**  
Profitez de la légitimité et de la notoriété de l'OT pour rassurer vos clients et garantir l'existence de votre logement.
- ♥  **Une équipe à votre service :**  
Facilitez votre quotidien grâce à des contacts dédiés prêts à répondre à toute vos interrogations.
- ♥  **Clientèle familiale de qualité :**  
Attirez une clientèle fidèle et respectueuse, idéale pour votre établissement.



### ENGAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT LOCAL

- ♥  **Commission sur locations réalisées :**  
Une commission de XX% sur les transactions.
- ♥  **Partenariat étendu :**  
Soyez visible auprès de nos partenaires (tour-opérateurs, comités d'entreprise) pour une audience élargie.
- ♥  **Participation au développement touristique de Samoëns :**  
En tant que partenaire, vous contribuez activement à l'essor et au dynamisme de notre magnifique village.



### VISIBILITÉ ET PROMOTION

- ♥  **Flexibilité tarifaire :**  
Ajustez vos tarifs en fonction de la demande pour maximiser vos revenus.
- ♥  **Offres packagées :**  
Intégrez nos offres spéciales pour booster votre visibilité même pendant les périodes creuses.
- ♥  **Réductions sur les Remontées Mécaniques (RM) :**  
Offrez à vos clients des avantages exclusifs pour enrichir leur séjour.



### MISE EN MARCHÉ PRO

- ♥  **Partenariat étendu :**  
Soyez visible auprès de nos partenaires (tour-opérateurs, comité d'entreprise) pour une audience élargie.
- ♥  **Multiples moyens de paiement :**  
Facilitez la réservation à vos clients grâce à diverses options de paiement (chèques vacances, CB, chèques et virement).

## Comment ça se passe ?



- ♥  **Gestion de l'Espace Personnel :**  
Vous aurez accès à votre espace personnel où vous pourrez définir vos tarifs et gérer l'ouverture de votre planning.



- ♥  **Notification Immédiate :**  
À chaque réservation, vous recevrez un e-mail vous informant de la nouvelle location, tandis que le client recevra un e-mail de confirmation incluant vos coordonnées.



- ♥  **Conditions de Réservation :**  
Toutes les réservations effectuées sont soumises à nos conditions générales, incluant les modalités de paiement et d'annulation.



- ♥  **Sur place :**  
Vous gérez les modalités d'arrivée avec le client (remise des clés, caution, état des lieux, ménages...)

## Avantages clients



- ♥  **Large Choix, Petits Prix**  
Découvrez une variété d'options d'hébergement, d'activités, d'offres bon plan et de packages, le tout à des tarifs compétitifs et avec des offres qui s'adaptent à tous les budgets.

- ♥  **Réservation simplifiée**  
Réservez votre séjour en toute simplicité, que ce soit sur notre site web accessible 24h/24 et 7j/7 ou en contactant notre équipe dédiée par téléphone pour une réservation facile et rapide où que vous soyez.

- ♥  **Réductions Exclusives**  
Profitez d'avantages exclusifs avec des réductions sur une sélection de logements, forfaits de ski et matériel de ski. Votre séjour à Samoëns est non seulement inoubliable, mais aussi plus économique !

- ♥  **Expertise Locale**  
Notre équipe d'experts locaux connaît parfaitement la destination. En plus de l'hébergement, ils vous conseillent sur les meilleures activités, restaurants et sites à visiter pour une expérience inoubliable.

- ♥  **Paiement flexible**  
Régalez votre séjour en toute simplicité avec la possibilité de payer en plusieurs fois, sans frais. Que ce soit par carte bancaire, chèques vacances ANCV, virement ou chèque, choisissez l'option qui vous convient le mieux.

- ♥  **Devis Gratuits et Personnalisés**  
Obtenez un devis gratuit et entièrement personnalisé pour votre séjour rapidement ! Notre équipe dédiée est là pour répondre à toutes vos questions et vous fournir un devis détaillé correspondant à vos besoins spécifiques.

- ♥  **Sécurité et Confidentialité Garanties**  
Nous mettons un point d'honneur à travailler uniquement avec des prestataires de confiance et également à protéger vos informations personnelles et à assurer la sécurité de toutes vos transactions.

- ♥  **Annulation flexible**  
Annuler sans frais jusqu'à 30 jours avant votre séjour ou optez pour notre assurance annulation pour une tranquillité d'esprit totale.

- ♥  **La Plateforme Officielle de Samoëns**  
En choisissant notre centrale de réservation, vous contribuez au dynamisme et au développement local via notre réseau de partenaires.

### STRATÉGIE TARIFAIRE \*

	PRIC NET HÉBERGEMENT	COMMISSION HÉBERGEMENT	FRAIS DE GESTION LA CHARGE DU CLIENT	TOTAL FRAIS DE PLATEFORME	PRIC DE VENTE
<b>Samoëns RÉSERVATION</b>	100€	7%	3%	10%	<b>93€</b>
Booking	100€	17%	0%	17%	83€
Airbnb v2	100€	15%	0%	15%	85€
Abritel	100€	8%	5%	13%	92€

\* Taux de commission moyen constaté



**Samoëns RÉSERVATION**  
reservation@samoens.com  
+33 (0)4 50 78 62 50

♥ reservation.samoens.com



REJOINDRE LA CENTRALE DE RÉSERVATION DE SAMOËNS,  
C'EST CHOISIR LA SÉCURITÉ, LA SIMPLICITÉ ET LA VISIBILITÉ.







Nils



Saisonnier  
1



Saisonnier  
2



Saisonnier  
3

# ANIMATION

# COUP DE PROJECTEURS SUR LES "JEUDIS FESTIFS"

## Concept :

“Chaque jeudi il se passe quelque chose de fun / nouveau / différent à Samoëns”

## Ciblage :

Réussir l'interaction touristes / locaux

**PROGRAMMATION DÉFINITIVE  
A VENIR**



**11 juillet**  
Soirée Disco (PGT) et Mousse (PDVA)

**18 juillet**  
Raid multisport Bike & Run Battle

**25 juillet**  
Concert

**1er août**  
Course de rue - Course gourmande

**8 août**  
Battle de musiciens (batterie, saxophone, piano...)

**15 août**  
Olympiades des 7 clochers, Criou celtic et DJ set

**22 août**  
Course de caisse à savon

**29 août**  
Fête de la bière et course des garçons de café

**EN COURS DE DEVELOPPEMENT**



Franck



Saisonnier  
1



Saisonnier  
2



Saisonnier  
3

# EVENEMENT

# DES ENCRAGES FORTS ET DE LA NOUVEAUTÉ



ème  
Edition



## Les vacances des "petits" monstres



### Constat :

Peu de villages attractifs sur cette période de la Toussaint (potentiel différenciation); demande clientèle pour occuper les enfants ; permet de faire découvrir une autre facette du village.



### Date :

Vacances de la Toussaint ; du 21 octobre au 31 octobre.



### Concept :

- Le village en mode "terreur"
- Des ateliers manuels et des animations tous les jours
- Mise en place d'un nouvel escape game
- Des spectacles 1 à 2 fois par semaine
- Événement spécial Halloween le 30/31 octobre



### Partenariat :

Concept à tisser avec les commerçants - "en demande" d'une dynamisation à cette période

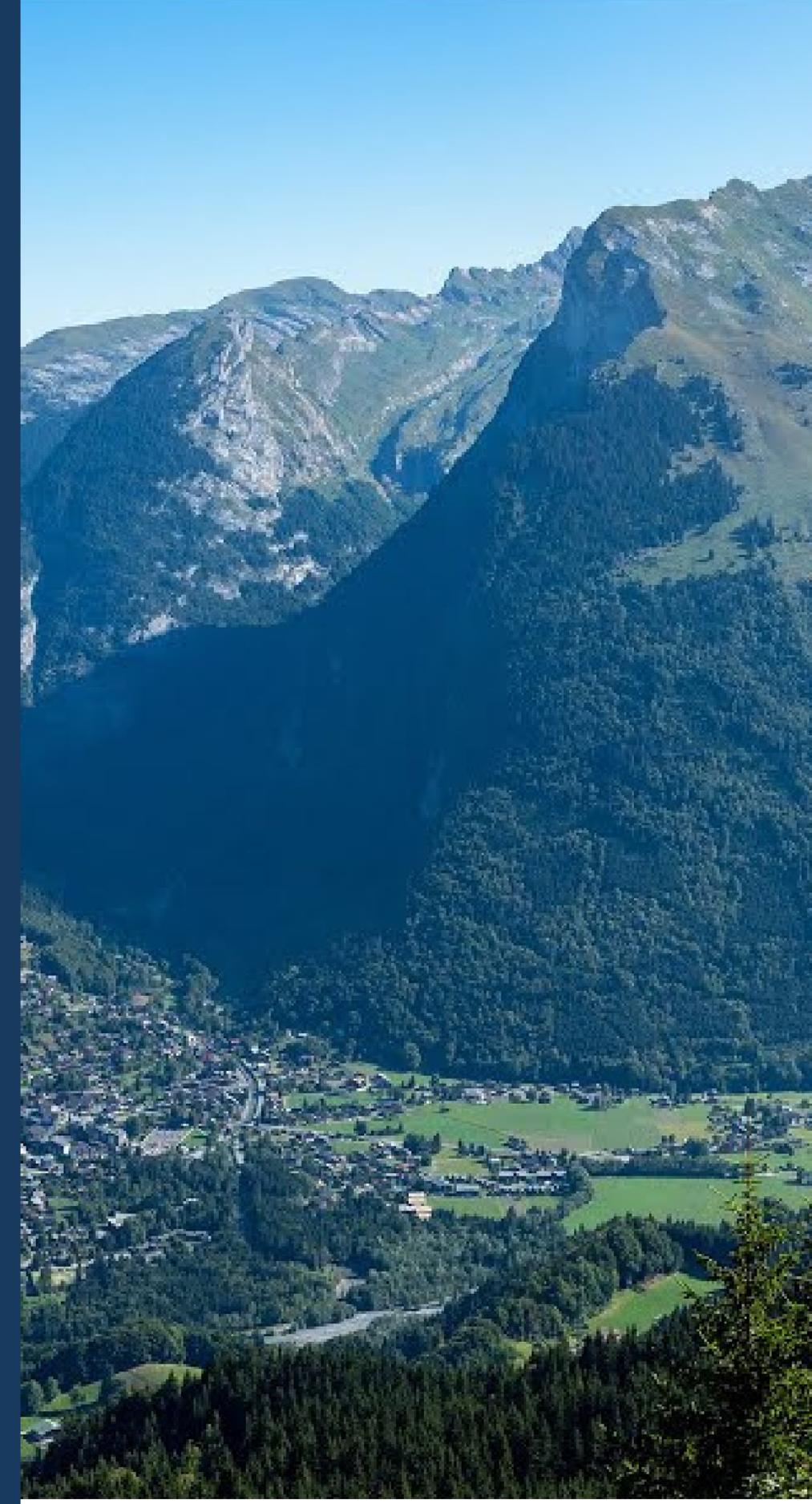


Sandrine

**BUREAU**

# SUIVI DES CHANTIERS STRATEGIQUES PRIORITAIRES

DEFINITION DES CHANTIERS	F	EC	AF
Signer la convention d'objectifs et de moyens	X		
Réaliser / Optimiser le passage à la TVA	X	X	X
Recruter une nouvelle direction		X	X
Refondre le modèle de cotisation			X
Accompagner la transformation du service réservation	X	X	
Développer et formaliser les pratiques commerciales		X	X



AUTRES  
SUJETS ?

DES QUESTIONS ?

**samoens♥com**  
À EN TOMBER AMOUREUX

# PETIT RAPPEL :

## *Le Grand Décoffrage*

5ème Edition !

RENDEZ-VOUS **LE 28 AVRIL, À 9H** SUR LE PARKING DU GRAND MASSIF EXPRESS !

### Au programme :

Petit déjeuner offert par la boulangerie Tiffanie

Buffet canadien et barbecue organisés par l'ESF : Ramenez vos mets à partager et grillades !

Stand pédagogique « L'eau en montagne » par France Nature Environnement 74

Prévoir sa gourde et son sac à dos

Renseignements : [contact@giffre-en-transition.fr](mailto:contact@giffre-en-transition.fr)



MERCI

