

RAPPORT MORAL 2017-2018

Depuis janvier 2010, l'association FRANCE MONTAGNES, fédère les professionnels français du tourisme de montagne pour promouvoir la destination sur les marchés national et international fortement concurrentiels. La structure est un lieu de concertation et un outil collectif de communication et de promotion au service de tous ses membres professionnels et institutionnels du secteur.

France Montagnes mène une action marketing au service de l'ensemble de la montagne française visant à conforter la notoriété de la montagne et la fréquentation en hiver, au printemps, notamment avec l'opération « Printemps du ski » et en été. Elle vise également à recruter de nouvelles clientèles nationales et internationales et mobiliser les skieurs à l'international pour la destination Montagne Française. Elle impulse une vision collective et un réseau de partenaires regroupant l'ensemble des forces vives de la montagne française.

L'organisation de la structure est participative avec 4 catégories de membres : fondateurs, actifs, affiliés, et une nouvelle catégorie mise en place : les membres partenaires, ainsi qu'un rapport partenarial privilégié avec Atout France.

L'association ne perçoit pas de subventions, mais fonctionne avec un système de cotisations / contributions volontaires.

- **Moyens et missions de l'association :**

Le budget de France Montagnes représente 3 027 721 € pour l'exercice 2017/18.

L'équipe opérationnelle de France Montagnes est constituée de 11 personnes (pas de changement) : 8 personnes à temps plein et 3 à temps partiel et 3 missions antennes à Londres, Amsterdam et Bruxelles.

Parmi ses missions, France Montagnes se doit de « Représenter » - « Communiquer » et « Promouvoir » :

Dans sa mission de représentation, France Montagnes fédère la majorité des acteurs touristiques professionnels et institutionnels et se positionne comme l'interlocuteur unique et incontournable de la montagne française en termes de promotion des stations en France et à l'international. Elle fait ainsi bénéficier les acteurs d'un véritable réseau favorisant l'échange d'expériences et l'expertise des marchés.

En termes de communication nous devons avoir un positionnement fédérateur innovant en renforçant le rayonnement et l'attractivité de la montagne française en tant que destination hiver, printemps et été. Nous devons ainsi conforter l'activité touristique de montagne et faciliter l'accessibilité au produit en diffusant l'intégralité de l'information et de l'offre notamment sur un site web unique et puissant.

Concernant la mise en marché, nous devons mutualiser la présence des acteurs sur des opérations commerciales en France et à l'étranger en créant des synergies pour renforcer la crédibilité auprès des réseaux professionnels, en valorisant le produit et en confortant la perception d'une offre riche et diversifiée pour se différencier des concurrents européens et internationaux.

ACTIONS 2017-2018

1. Les partenariats média nationaux annuels

3 partenaires en 2017-18 : Le Groupe TF1, L'Equipe et Gulli TV ont été sélectionnés pour cette 3ème année.

Une nouveauté cette année, nous avons conclu des partenariats avec des influenceurs et blogueurs que nous missionnons pour produire des contenus en montagne. Les premiers contenus (vidéos, photos et articles), tournés cet été 2018, nous servent dès ce printemps 2019 à promouvoir la saison d'été sur le web. Cette année, « Clo et Clem », « On met les Voiles » et « La Baze » nous ont permis de tourner des images diversifiées dans tous les massifs et alimenter et booster les réseaux sociaux.

2. Le web et les réseaux sociaux

Le web et les réseaux sociaux sont au cœur de la stratégie de France Montagnes, notamment le webzine qui est de plus en plus puissant et visité (+21%). Le site a été visité en 2018 par plus de 2,8 millions de personnes (+9%). Un chiffre à mettre en perspective des 10 millions de clients qui fréquentent la France chaque année. Le site web de FM est devenu un des sites leader sur les vacances à la montagne. Le digital est transversal, il nourrit tous les services, y compris pour les actions internationales.

Le site internet de France Montagnes est, par exemple, entièrement déclinés en anglais et en néerlandais et les réseaux sociaux animés à l'année dans plusieurs langues via nos antennes.

3. Les relations presse :

France Montagnes est l'interlocuteur privilégié de la presse pour toutes les questions relatives au tourisme de montagne

L'année est structurée avec trois temps forts : une rencontre presse de lancement de saison en hiver, une pour le Printemps du Ski et une conférence de presse été réalisée conjointement avec Auvergne Rhône Alpes Tourisme en 2018 et 2019.

Aujourd'hui, l'équivalence publicitaire des articles valorisant France Montagnes s'élève à 3 million d'€ pour.

A l'international les relations presse sont portées par des antennes sur place via les bureaux Atout France, ce qui garantit une connaissance fine des marchés et des journalistes (lancements presse, dossiers de presse, voyages de presse)

4. Promotion internationale : PAC 2018

En 2017-2018 près de 400 professionnels ont été rencontrés sur les 11 marchés cibles à l'international avec 20 Plans d'Actions Communautaires mis en œuvre pour déployer des actions spécifiques:

- 37 partenaires se sont engagés (+ Courchevel / Avoriaz / Peisey Vallandry / Le Devoluy)
- 45 opérations ont été mises en place vers la presse et les professionnels

- 140 journalistes et blogueurs, 55 agents de voyage formés, 204 Tours Opérateurs ont été rencontrés

Les contrats « antennes FM » ont été supprimés par Atout France en Belgique, Angleterre et aux Pays-Bas et remplacés par des fonctionnements alternatifs sur ces marchés :

- Belgique et Pays-Bas : via les services presse des bureaux Atout France (prestation allégée)
- Royaume-Uni : via des agences RP indépendantes

Plusieurs supports de communication off / online ont été produits:

- o 2 cartes des stations (FR, GB)
- o 5 dossiers de Presse (GB, NL, 2 x BE, SC)
- o 4 manuels pour les professionnels (GB, NL, 2 x BE)
- o Actualisation des elearning en FR, GB, NL sur e-montagne.fr et Travecademy.

5. **Evènementiel**

L'opération « Saint Germain des neiges qui s'est déroulé du 23 au 26 Novembre 2017 a rassemblé 55 partenaires dont 40 stations et plus de 50 000 visiteurs sur 4 jours. 100 journalistes étaient présents à la conférence de presse et 20 médias ont été accueillis durant l'évènement.

Malgré le succès de cette 5ème édition, il a été décidé de faire une pause en 2018 afin de se concentrer sur un plus gros projet évènementiel prévu en 2019 qui va vous être présenté en 2^{ème} partie d'Assemblée générale.

Le Tour de France et le Critérium du Dauphiné, avec le SNMSF et en partenariat avec ASO a vu le déploiement d'un maillot à pois géant de 40m x 40m sur toutes les étapes de montagne, la présence d'un peloton ESF / France Montagnes sur une étape phare arrivant à La Rosière pour la 1^{ère} fois dans l'histoire du Tour.

Un dispositif de relations presse avait également été activé.

France Montagnes a été partenaire du maillot à pois sur le Tour de l'Avenir 2018 pour la 2^{ème} année consécutive avec entre autre une visibilité du logo sur le maillot et sur le site web de l'épreuve.

JEAN LUC BOCH

PRESIDENT