



# Elaboration de la **stratégie** touristique de **développement** et de **diversification** d'Anzère 2040 - ATSA -

*Positionnement station - Mix marketing produit - Plan d'actions opérationnel*

Document  
de phase 1



21 rue des Alouettes  
63800 COURNON D'Auvergne  
&  
157 avenue de Lyon  
73000 CHAMBÉRY

tel : 04 73 42 99 81  
clermont@protourisme.com

## Vos interlocuteurs :

Maidi VANDERHAEGHE  
06.72.98.63.74 - [maidi.vanderhaeghe@brconseil.org](mailto:maidi.vanderhaeghe@brconseil.org)  
Rémi CORFU - [remi.corfu@brconseil.org](mailto:remi.corfu@brconseil.org)





## Sommaire

Introduction

1.1. Contexte socio-économique

1.2. Analyse flash de l'offre de loisirs, tourisme sur site et à proximité

1.3. Mise en perspective de l'offre avec : la vision des acteurs, le parcours et les retours clients, le positionnement marketing

1.4. Approche comparative

1.5. Gouvernance et retour sur Anzère 2025

**1.6. Conclusion et synthèse du diagnostic éclairé**



## Forces

- Cadre paysager et panorama remarquable
- Richesse des patrimoines (naturel, culturel, historique)
- Positionnement géographique (ensoleillement, altitude, présence de l'eau, proximité Sion, Place du Village piétonne, villages, ...)
- Clientèle Suisse, présence de nombreux R2 (= 76% des lits touristiques)
- Offre touristique variée (toutes saisons)
- Nombreux évènements et animations
- Desserte routière & transports en commun
- Altitudes (vallée 500 m => village 1500m => DS 2700m)
- Station Magic Pass

## Opportunités

- De nombreux espaces commerciaux disponibles.
- Les projets de (re) développement de lits commerciaux professionnels.
- Réaménagement Place et équipements loisirs.
- Projet nouvelle télécabine et les potentiels de diversification touristiques, économique du domaine de montagne
- Fonds d'investissements alimenté annuellement avec 20% de la TSF.
- Croissance du nombre d'habitants à l'année.
- Une offre qui plait dans le courant durabilité & écotourisme.
- Utilisation des nouvelles technologies.

## Faiblesses

- Un positionnement dit « familial », sans adéquation avec une offre et un parcours client structuré en conséquence.
- Offre en hébergement marchand réduite (nombre et gammes)
- Connexion domaine de montagne depuis centre station peu convenient.
- Peu d'investissements (& innovation) par les sociopros station.
- Peu d'offres gastronomiques qualitatives et originales.
- Faiblesse de l'offre d'activités indoor et loisirs après ski « jeunes » et « séniors »
- Une clientèle séjournante vieillissante
- Faible présence clientèle internationale venant diversifier les périodes d'affluence.
- Une offre de diversification hors neige et hors ski encore timide en termes de quantité, de qualité et de modèle socioéconomique.
- Une perception d'ailes de saison négative par la fermeture des RM aux vacances d'automne et de printemps (VS contexte local concurrentiel).

## Menaces

- Des investissements structurants nécessaires impliquant des moyens importants.
- Changement climatique et vulnérabilité économique de l'écosystème vis à vos de la dépendance au ski
- Un écosystème local et d'acteurs qu'il reste encore à conforter dans une vision commune.
- Concurrence régionale et alpine forte
- Cours de change (€/CHF)
- Territoire exposé aux risques naturels

# INTRODUCTION

Premières réflexions



Les axes de travail prioritaires pour Anzère



## Confortement d'un positionnement familial et nature



- Confirmer et renforcer le positionnement dit « station familiale » en se dotant d'un outil de pilotage de type **label** avec un **programme** de **développement** des **infrastructures** pour **enfants**, tout en capitalisant sur les atouts naturels (panoramas, bisses).

## Intégration d'un travail complet des clientèles prioritaires



- Développement d'un plan d'actions spécifique pour les **R2** afin de renforcer les **liens** et les **offres** qui ont été développés dans le cadre de la politique Anzère 2025.
- Développer un programme d'actions incluant une **offre** touristique et d'expérience visant à fidéliser les clientèles **magic pass**, les séjournants « **urbains aventuriers** » et « **générations z** ».

## Diversification de l'offre et gestion de la saisonnalité



- Faire du domaine skiable un réel domaine de « **montagne expérience** » !
- Augmentation de la **qualité** et du **ludique** dans la proposition d'offre et de valeur.
- Enrichir l'offre d'activités **outdoor** et **indoor** en déclinant le positionnement d'Anzère.
- Développement d'offres **douces** vers les **villages** et les **bisses**

Habitabilité du territoire, développement socio-éco. et qualité de vie et de loisirs R1

# INTRODUCTION

Premières réflexions



Les axes de travail prioritaires pour Anzère

4



## Qualité de vie des espaces et des mobilités



- Réflexion approfondie sur les **circulations et les espaces doux** en station, traitement de la qualité urbaine de l'ambiance du village station.
- Actions spécifiques visant à améliorer le soin, la qualité générale du **bâti** et des **hébergements**.
- Réalisation d'une ébauche de réflexion **mobilité** et **signalisation** optimisées.

5



## Création d'un storytelling autour des pépites d'Anzère et des villages



- Développement d'un **marketing** d'une montagne **culturelle** et de **découverte** à toutes les altitudes pour toutes les saisons dans laquelle « il fait bon vivre » → objectif attirer résidentialisation, slow tourisme et écotourisme.
- Hors « saison neige », développement d'un **marketing** de **différentiation** avec le développement d'expériences atypiques.

6



## Communication interne destination et gouvernance



- Renforcer le sentiment d'ambassadeur par le développement d'une politique **ambassadeurs, communication, events** et **médiation** liée.
- **Centraliser une gouvernance partagée** en consolidant les synergies des acteurs structurants. Missionner une instance centrale pour **coordonner** les projets et assurer la **facilitation** et le **suivi**.

Habitabilité du territoire, développement socio-éco. et qualité de vie et de loisirs R1

## Étapes et prochains rendez-vous ...

### Phase 1

Diagnostic flash et analyse critique des programmes en cours et des actions réalisées

Septembre 2024 – Novembre 2024

Réunion de lancement  
**COPI 1**

Echanges thématique au format tables rondes

Partage diag. et axes de travail  
**CoPil 2**



12 septembre



Les 21 et 22 octobre



26 novembre

### Phase 2

Co-construction de la stratégie

Novembre 2024 – Janvier 2025

Ateliers de co-construction et première esquisse de la stratégie

Séminaire d'aide à la décision pour validation du scénario à retenir  
**CoPil 3**



9 décembre



Février 2025

### Phase 3

Création et mise à jour de la feuille de route opérationnelle

Février – mai 2025

Elaboration et mise à jour de la stratégie touristique

Validation du schéma définitif  
**COPI 4 et réunion d'information**

Mars – Avril 2025



Printemps 2025

# Merci pour votre attention et votre implication

« Un projet qui nous rassemble pour un avenir qui nous ressemble... » - ATSA



21 rue des Alouettes  
63800 COURNON D'AUVERGNE

&  
157 avenue de Lyon  
73000 CHAMBERY

tel : 04 73 42 99 81  
[clermont@protourisme.com](mailto:clermont@protourisme.com)  
[www.protourisme.com](http://www.protourisme.com)



**anzère**