

ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСНЫЙ ТУРИЗМ:

Инновационные подходы к туризму на курортах массива Бож

SOTCHI 17-20 octobre 2018

Cluster
montagne
Mountain Development France

SAVOIE
LE DÉPARTEMENT

Parc
national
du Massif
des Bauges
Organisation
du Massif
des Bauges
UNESCO

La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

GRAND CHAMBÉRY
ALPES TOURISME
— Bauges — Challes-les-Eaux — Chambéry —

Grand
Chambéry
l'agglomération

GRAND
CHAMBÉRY
l'agglomération

МАССИВ БОЖ - ФРАНЦИЯ



Расположен в **Северных Альпах**

Площадь 856 км², распределенная по департаментам **Савоя** и **Верхняя Савоя**



Геопарк (статус признан **ЮНЕСКО**), территория **среднегорья**



Население 67 000 жителей (2014) с плотностью 79 чел./км²



14 400 гостиничных мест от 5500 поставщиков услуг по размещению обеспечивают прибл. 160 000 ночевок / год



Атомизированная экосистема с 60 микропредприятиями



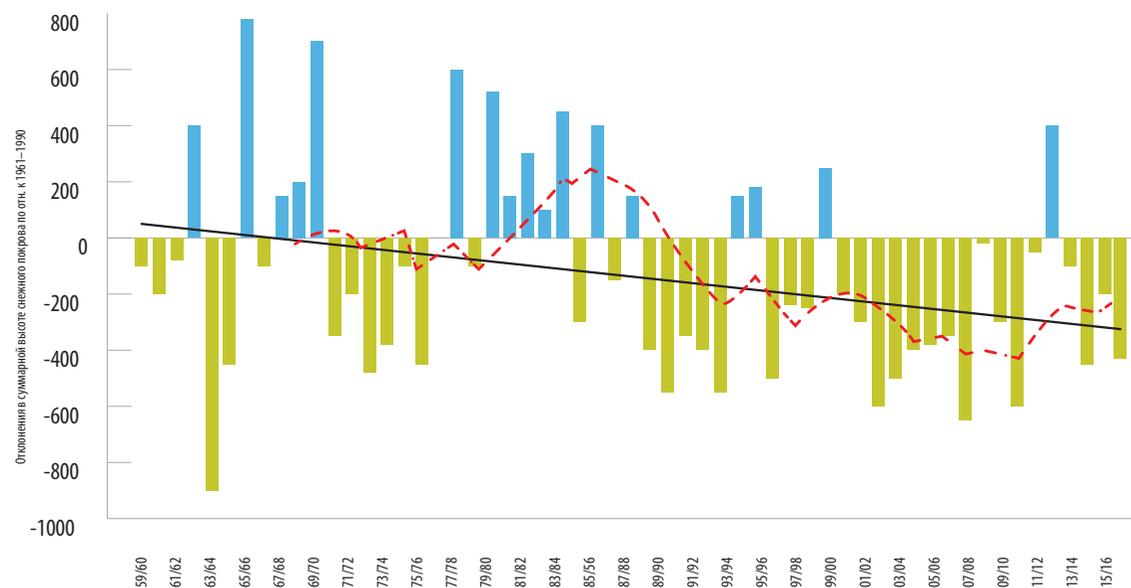
Два курорта для занятий зимними видами спорта:

САВУА-ГРАН-РЕВАР
АЙОН-МАРЖЕРИА



Зачем нужна туристическая диверсификация?

Чтобы осуществить перестройку с учетом неизбежного изменения климата



Подъем
границы зон дождя и снега
(+1°C = +150/200 m)

~20 à 25%
снижение
на высотах от 1200 до 1700 м

Средняя суммарная высота снежного покрова в Северных Альпах в зимний сезон (ноябрь—апрель)

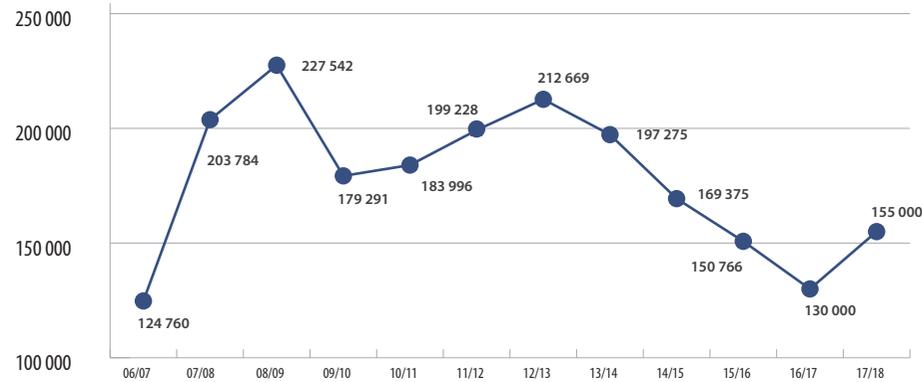
Предлагать продукт в течение более длительного периода и более «чистыми» методами в условиях изменения климата

Зачем нужна туристическая диверсификация?

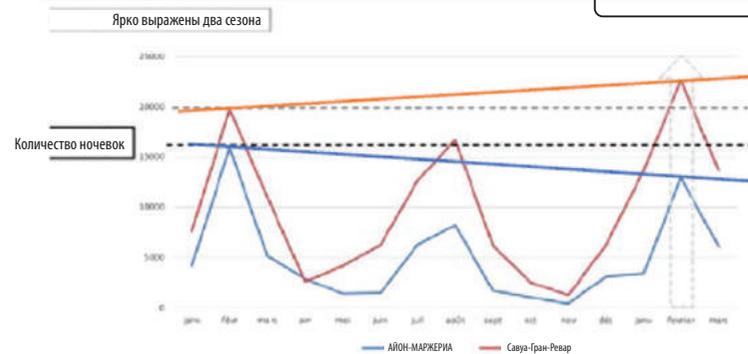
Потребность в более равномерной на протяжении года и более экологичной модели



Изменение потока лыжников в человекоднях с 2006 по 2017 г.:



На примере курорта Айон-Маржерия



Курорт	К-во поставщиков гостин. услуг	К-во койкомест
Айон-Маржерия и Сент-Рен	139	1256
Савуа-Гран-Ревар	108	2113

Принять принципиально иную модель, адаптированную к инвестиционным издержкам и изменению климата

Зачем нужна туристическая диверсификация?

Рынок с высоким потенциалом и значительным ростом с начала 2000-х гг.:



25 млн занимающихся спортом на природе во Франции старше 15 лет (2011, источник: Министерство спорта)



Рост числа новых членов федераций по видам спорта, практикуемых на природе, во Франции:
+51,1 % с 2000 по 2011 г. (источник: Министерство спорта)



Объем продаж товаров и услуг для отдыха на природе в Европе за 2012 г., оценка:
от 10 (источник: European outdoor group, анализ рынка)
до 16,7 млрд евро (источник: Outdoor sports valley/NPD)



Рост европейского рынка товаров и услуг для отдыха на природе: +2% в 2012 г. (источники: NPD и EOG, анализ рынка)

<https://www.economie.gouv.fr/entreprises/chiffres-cles-marche-sport-en-france>

<http://www.outdoorsportsvalley.org/uploads/pdf/Observatoire-Outdoor-OSV-Dep74-2015.pdf>

<http://fr.fashionnetwork.com/news/Sports-outdoor-croissance-de-5-du-chiffre-d-affaires-des-entreprises-rhonealpes,751354.html#.W5eSMvn-jIU>





Зачем нужна туристическая диверсификация?

Устаревшая модель, полностью ориентированная на горнолыжный спорт

СНИЖЕНИЕ
ТУРПОТОКА



ИСТОЩЕНИЕ
ФИНАНСОВЫХ
РЕЗЕРВОВ



УСТАРЕВАЮЩЕЕ
ОБОРУДОВАНИЕ



ИЗМЕНЕНИЕ
КЛИМАТА



ИСЧЕРПАНИЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ С
ОРИЕНТАЦИЕЙ НА
ЛЫЖИ



ПОСТОЯННЫЙ
СПРОС НА ОТДЫХ НА
ПРИРОДЕ



КАКОВЫ РЫЧАГИ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО
ОБНОВЛЕНИЯ ДЛЯ
ЭТОГО
ТУРИСТИЧЕСКОГО
НАПРАВЛЕНИЯ?



ОБНОВЛЕННАЯ МОДЕЛЬ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ БУДУЩЕЕ ДВУХ ПЛОЩАДОК КУОРТА

С использованием глобальной
бизнес-модели

Перейти от предложения в конце
цикла к более современным и
инновационным предложениям
(новые формы зимнего и летнего
отдыха)

Новый маркетинг, новая организация управления

Большой потенциал массива Бож при следующих условиях:



Улучшенный баланс зима/лето в цепочке стоимости для туристов

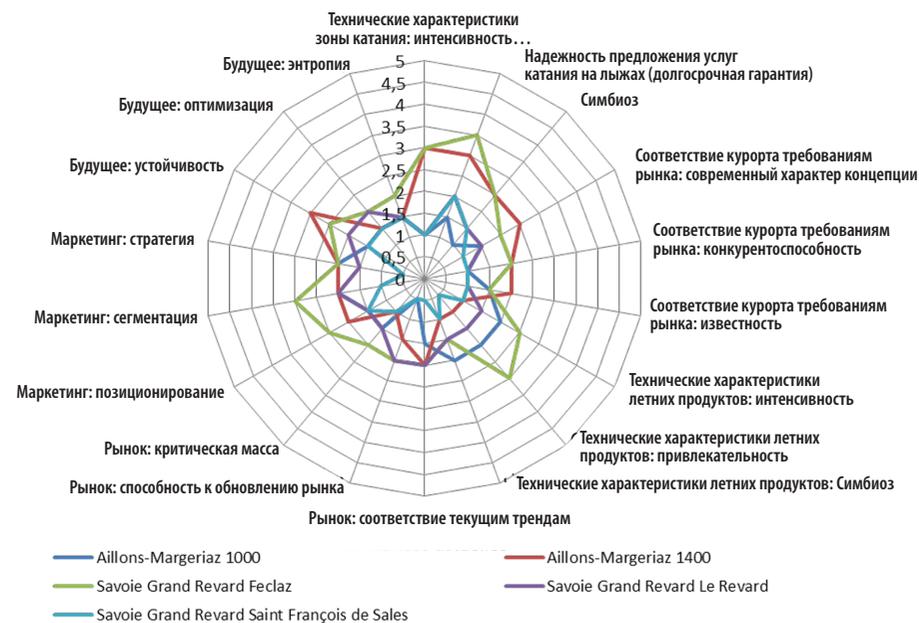


Повышение качества предложения за счет большей равномерности на протяжении года и конверсии туристических площадок



Активное задействование экосистемы, используемой до сих пор неэффективно

Профили отдельных курортов по текущей эффективности маркетинговых характеристик



Новый маркетинг, новая организация управления

маркетинг предложения на мировом рынке с приростом стоимости массива как туристического направления

Повышение конкурентоспособности на рынке отдыха на природе при условии плана (ре)инвестиций в оборудование

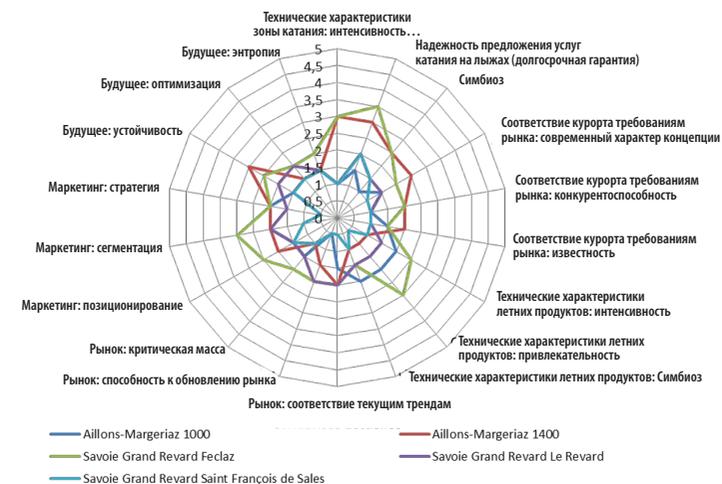
Потребность в подстраховке производства

Повышение качества предложения

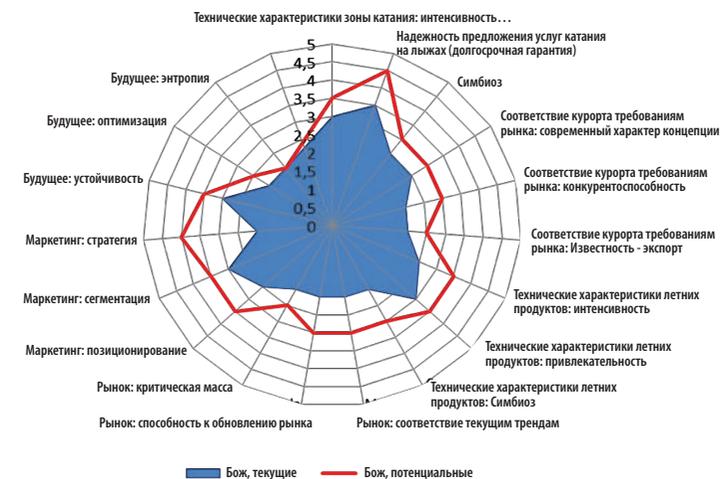
Количественное восстановление и обновление потока

Оживление экономики

Профили отдельных курортов по текущей эффективности маркетинговых характеристик



Профили массива Бож по текущей и потенциальной эффективности маркетинговых характеристик



Новый маркетинг, новая организация управления

От устаревшей, деградирующей и нескоординированной организации...

Раздробленность предприятий

Разделение по социопрофессиональным корпорациям



ТЕКУЩАЯ КЛАССИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ

- Недостаточное социальное взаимодействие и сотрудничество
- Стоимость в отношениях BtoC
- Жесткие бизнес-модели
- Отношения клиент-поставщик
- Недостаточность информации и ее распространения
- Инновации не работают
- Принятие решений на уровне институтов



БУДУЩАЯ ИНТЕГРИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ

- Социальное взаимодействие, общее сотрудничество
- Стоимость в отношениях BtoBtoC, HtoH
- Гибкие бизнес-модели
- Прочность и оперативность отношений производитель-потребитель
- Изобилие и взаимное распространение информации
- Непрерывные инновации

Новый маркетинг, новая организация управления

... К глобальной интегрированной организации на основе сотрудничества

- 1 Создание FabLab по «инновациям»: качество туристических продуктов для отдыха на природе + сообщество по повышению качества (продуктов и процессов).
- 2 Непрерывное обучение и приобретение знаний и навыков,
- 3 Инкубация туристических компаний в целях управления дроблением существующих и будущих микропредприятий.
- 4 Анализ и мониторинг для пилотных маркетинговых проектов, в которых предложение массива будет увязано с проектом Grand Chambéry Alpes Tourisme
- 5 Гамма услуг для операционной реализации коллективного опыта.



Новый маркетинг, новая организация управления

5 зон отдыха 4 сезона отдыха

Савуа-Гран-Ревар - Ле-Ревар

зона природы и культуры

Савуа-Гран-Ревар - Ла-Фекла

зона равнинного катания с учебным и спортивным (высшего уровня) уклоном

Савуа-Гран-Ревар – Сен-Франсуа-де-Саль

лесная зона инновационных практик

Айон-Маржерия 1400

городская и региональная зона горных лыж для начинающих

Айон-Маржерия 1000

зона досугового катания (сани / лыжи) и развлечений на природе

4 возраста отдыха:

Отдых на природе для семьи простое и понятное предложение, обеспечивающее свободное распоряжение временем для родителей,

Отдых на природе для детей

развлечения, тренировки, обучение в сценаризированной форме отдыха на природе,

Отдых на природе для миллениалов

предложения в духе спонтанности, свободы и соперничества,

Отдых на природе для пожилых

восстановление сил и оздоровление на лоне природы.

ТЕКУЩЕЕ ВОСПРИЯТИЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
АЙОН-МАРЖЕРИЯ И САВУА-ГРАН-РЕВАР

Поселки пригородного типа среди природных
просторов без привязки к определенным занятиям



ОЖИДАЕМОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ МАССИВА БОЖ

Эталонные места отдыха на природе во Французских
Альпах с сегментированным и тематизированным
предложением для разных поколений

Новый маркетинг, новая организация управления

Айон-Маржерия 1000

Возможность оживления при подключении новых конкурентных преимуществ:

- ☀️ улучшенное позиционирование летом,
- ❄️ адаптация зимних продуктов к игровым видам деятельности, сегментированным и специализированным для различной аудитории, прибывающей для отдыха без упора на катание.

Айон-Маржерия 1400

Применяемые базовые принципы маркетинга демонстрируют потенциал курорта, однако из-за недостаточного реинвестирования и обновления продукта предложение и услуги со временем деградируют вслед за оборудованием. Необходимость в более высоком уровне и сильном позиционировании обучения катанию на лыжах.

Пример - Верхний Морьен-Вануаз
Валь-Фрежюс, Ла-Норма, Осуа, Валь-Сени, Бессан, Бонваль-сюр-Арк

Необходимость в новом глобальном масштабе маркетинга всего массива для достижения маркетинговых целей в рамках модели продвижения туризма за счет усиления человеческих / материальных ресурсов.

Уместна стратегия создания единой эксплуатационной компании для Савау-Гран-Ревар и Айон-Маржерия, т. к. она обеспечивает гармонизацию моделей распределения и производства, в частности согласованность ценовой политики, улучшение услуг, равномерное распределение вспомогательных расходов.





Благоустройство как ускоритель нового экологически безопасного туризма

Пример курорта Айон-Маржерия - Бож

НАПРАВЛЕНИЕ 1

Диверсификация туризма и отдыха с созданием всепогодной модели

Диверсификация опирается на создание недостающих предложений:

- Новый стадион для катания (тобогган/сани/зиплайн) в любой сезон для подстраховки обучения катанию на лыжах.
- Сценаризация нового продукта — привлекательного, рекреативного и игрового для всех сезонов: «горная деревня веселых духов».
- Переоборудование центра станции Айон-Маржерия 1000 и центра приема туристов в здание с тотемной символикой, задуманное как место развлечений и общее пространство для популяризации и продвижения видов деятельности, имеющих досуговую, событийную, ремесленную и культурную направленность, на данном курорте.
- Курорт, предлагающий «Опыт трейлраннинга»/«Опыт ски-альпинизма».
- Техническое переоснащение зиплайн-каскада для повышения его привлекательности и функциональности.
- Развитие катания на внедорожном велосипеде/электрическом внедорожном велосипеде с его растущей популярностью.
- Переоборудование бассейна в зону обучения и водных игр (муниципальный проект).

Благоустройство как ускоритель нового экологически безопасного туризма Пример курорта Айон-Маржерия - Бож

НАПРАВЛЕНИЕ 1 Диверсификация туризма

Сценаризация нового продукта — привлекательного, рекреативного и игрового — с мая по октябрь

Переоборудование центра станции Айон-Маржерия 1000 и центра приема туристов в туристический павильон

Качественное позиционирование как желанного места отдыха

«Горная деревня веселых духов»

(подъем на кресельном и/или ленточном подъемнике за 5 большими игровыми кварталами) Необходимость приобретения участка для устройства кресельного подъемника + значимость природных зон для досуга

«Горная деревня веселых духов»

- Маршрут с реконструированным зиплайном (с СИЗ)
- Маршрут по игровой деревне с лесными хижинами (без СИЗ)
- Маршрут с играми воздух / земля (без СИЗ)
- Площадка для пикников



479 697€ без учета налогов оцененное и запланированное приобретение участка



Благоустройство как ускоритель нового экологически безопасного туризма

Пример курорта Айон-Маржерия - Бож

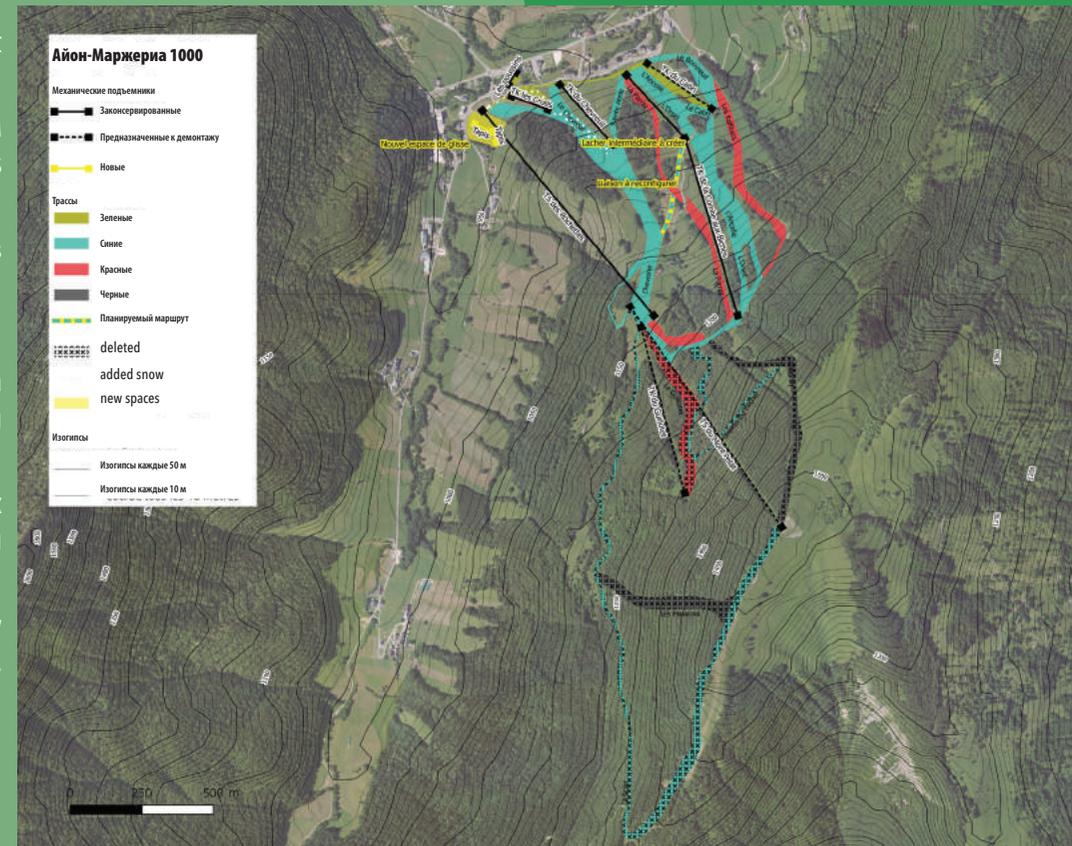


НАПРАВЛЕНИЕ 2 Улучшение зимнего предложения

Это перепрофилирование опирается на следующие работы по благоустройству:

- демонтаж 2 бугельных подъемников (1 из которых уже остановлен).
- ремонт и реконструкция кресельного подъемника Mont Pelat на Айон-Маржерия 1400.
- меры подстраховки по обеспечению искусственным снегом нижней станции кресельного подъемника Les Rochettes.
- создание одной зеленой трассы (превращение в зеленую трассу трассы La Sciaz).
- создание зоны катания лето/ зима.
- создание промежуточной площадки высадки на бугельном подъемнике Combe aux Viches для развития обучения катанию детей.
- использование экологически восстановленных трасс в секторе Mont Pelat для развития зоны обучения ски-альпинизму.
- организация регулярных перевозок между площадками в течение всего зимнего сезона, включая период школьных занятий.

Экологическое восстановление сектора Mont Pelat в Айон-Маржерия 1000



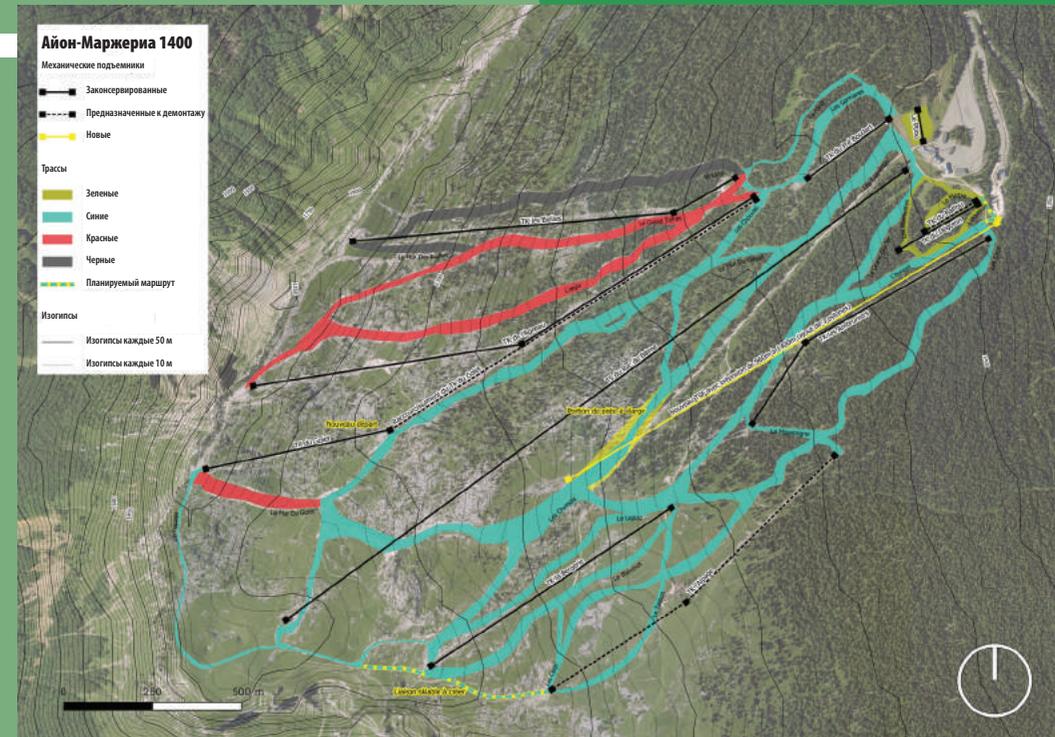
Благоустройство как ускоритель нового экологически безопасного туризма Пример курорта Айон-Маржерия - Бож



АХЕ 2 Усиление позиционирования обучения катанию на лыжах для Айон-Маржерия 1400

Благодаря своим топографическим характеристикам Айон-Маржерия 1400 представляет собой идеальную площадку, подходящую как для опытных лыжников, так и для начинающих. Проект предполагает создание игровой зоны, использующей изменения уклона с подключением лесистых пространств.

- Демонтаж бугельного подъемника l'Alpage.
- Реконструкция и удлинение кресельного подъемника Le Mont Pelat (идущего с Айон-Маржерия 1000), который должен заменить 2 бугельных подъемника и станция отправления которого могла бы располагаться на уровне нижней парковки.
- Сохранение бугельных подъемников Degottin, Bergerie и Ambruniers, которые должны сделать более удобным использование подъемника Roc de Valme при плохой погоде.



ОБНОВЛЕННАЯ МОДЕЛЬ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ БУДУЩЕЕ ДВУХ ПЛОЩАДОК КУРОРТА

НОВОЕ ПРОДУКТОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ & НОВАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ

Переход ко всесезонной модели

Переосмысленное зимнее предложение

Айон-Маржерия 1000

всесезонный курорт для отдыха на природе

Айон-Маржерия 1400

курорт обучения катанию на лыжах для всех

Администрирование и управление в масштабе территории и туристического направления Бож:

Айон-Маржерия



Савуа-Гран-Ревар

НОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

совместное использование ресурсов, глобальный масштаб маркетинга

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- Повышение привлекательности зимнего отдыха от 150 000 до 190 000 человекодней туристов-лыжников
- Увеличение «летнего» объема продаж с 3 до 20% общего объема продаж.
- Через 4 года «летний» объем продаж в Айон-Маржерия 1000 превысит «зимний»
- Нарастание экономического эффекта и диверсификация занятости в Бож
- Рост летней экономики туризма на +50% за +10 лет (с 20 до 30 млн евро)
- Рост числа рабочих мест на +10% за +5 лет (с 650 до 715 раб. мест по всему массиву)
- Рост числа койкомест на +25% за +10 лет (со 160 000 до 200 000 ночевок по всему массиву)



УСЛОВИЯ УСПЕХА

ОБНОВЛЕННАЯ МОДЕЛЬ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ БУДУЩЕЕ ДВУХ ПЛОЩАДОК КУОРТА

БЛАГОУСТРОЙСТВО

РАЗВИТИЕ

УПРАВЛЕНИЕ

ПРОДВИЖЕНИЕ



Cyril LAILY

Directeur général - Grand Chambéry Alpes Tourisme

c.laily@grandchamberyalpes-tourisme.com

+33 (0)6 21 33 00 23

www.chambery-tourisme.com

ВЛИЯНИЕ СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИРОДЕ НА ДИВЕРСИФИКАЦИЮ И ЭКОТУРИСТИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ГОРНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ

Анализ кейса горных
местностей Франции и
территории Большого
Шамбери



Предварительные уточнения : НАШЕ ПОНИМАНИЕ ЭКОТУРИЗМА

Туризм, порождающий

СМЫСЛ (впечатления)

СТОИМОСТЬ (экономическое развитие во благо принимающей территории)

СВЯЗИ (с населением и действующими лицами территории)

способствующий сохранению
природного и культурного наследия.



Спортивная деятельность на природе : РАЗВИВАЮЩИЙСЯ РЫНОК

Спортивная деятельность на природе включает в себя

все виды занятий спортом и досуга,
осуществляемые в природной среде.

Наблюдается их **экспоненциальный рост**
как в числе занимающихся, так и в разнообразии
видов деятельности.



Спортивная деятельность на природе : РАЗВИВАЮЩИЙСЯ РЫНОК

Можно разделить все дисциплины на 3 категории

Технические виды спорта не входят в нашу классификацию. Они не соответствуют ожиданиям большинства участников в области оздоровительного потенциала и натуральности и противоречат самим принципам экотуризма

наземные виды спорта

велосипед, пеший туризм, лыжи,
трейлраннинг и др ...



водные виды спорта

плавание на байдарках и каноэ, каньонинг,
рыбная ловля, сапсерфинг и д ...



воздушные виды спорта

парапланеризм, вингсьют, прыжки
с парашютом и др ...



Спортивная деятельность на природе : РАЗВИВАЮЩИЙСЯ РЫНОК

СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ / РЫНОК СПОРТА НА ПРИРОДЕ 2017



EUROPEAN
OUTDOOR
GROUP



СКАЛОЛАЗАНИЕ
135 млн €



СП. МЕШКИ
118 млн €



АКСЕССУАРЫ
403 млн €



ПАЛАТКИ
152 млн €



РЮКЗАКИ
409 млн €



ОБУВЬ
1,7 млрд €



ОДЕЖДА
2,9 млрд €

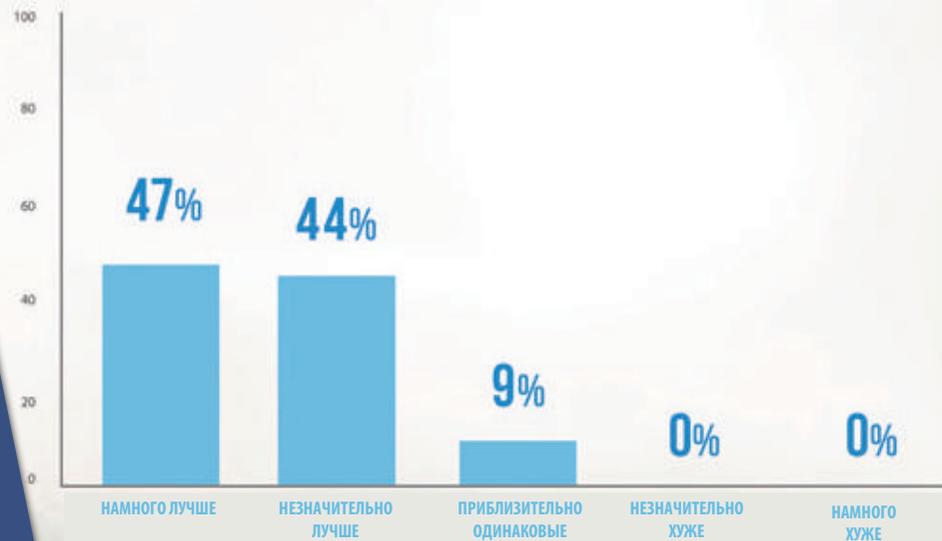
В Европе годовой объем рынка спортивной деятельности на природе превышает **5 млрд евро** - по **объему продаж** (источник: *European Outdoor Group*)



Спортивная деятельность на природе : РАЗВИВАЮЩИЙСЯ РЫНОК

Attentes en terme de performances

КАКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ВЫ ОЖИДАЕТЕ В 2018
Г. ПО ОТНОШЕНИЮ К 2017 Г.?



Реагируя на фактические **изменения в обществе** (оздоровительные практики, воссоединение с природой и т. п.), этот рынок находится в постоянном развитии.

Respondents: EOG Member Companies

Спортивная деятельность на природе и экотуризм : БЛАГОТВОРНАЯ СИНЕРГИЯ

По определению природные пространства и, в частности, горные массивы являются местом занятий этими видами спорта, что превращается в приоритетную цель для :

инфраструктурного оборудования (места занятий, тропы и т. д.),

маркетинга и имиджевой политики,

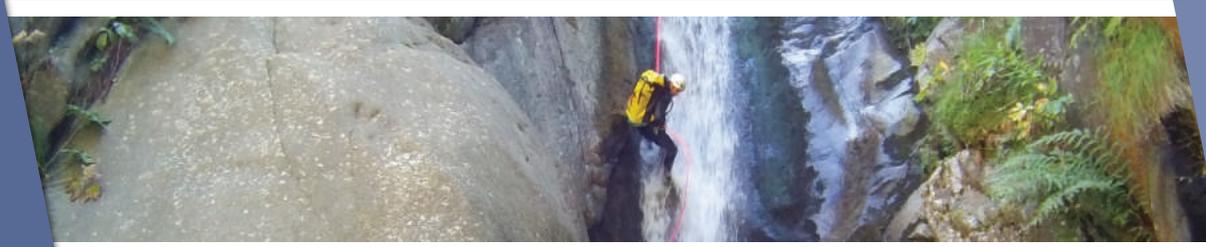
мероприятий и развлечений,

туристической конверсии продуктов и предлагаемого опыта,

организации управления и отношений между различными пользователями территорий (население, охотники, бизнес и др...)



Спортивная деятельность на природе и экотуризм : БЛАГОТВОРНАЯ СИНЕРГИЯ



При условии полной интеграции в стратегию развития туризма эти виды деятельности становятся **мощными рычагами диверсификации существующего предложения**, а также его **адаптации к целям экотуризма.**

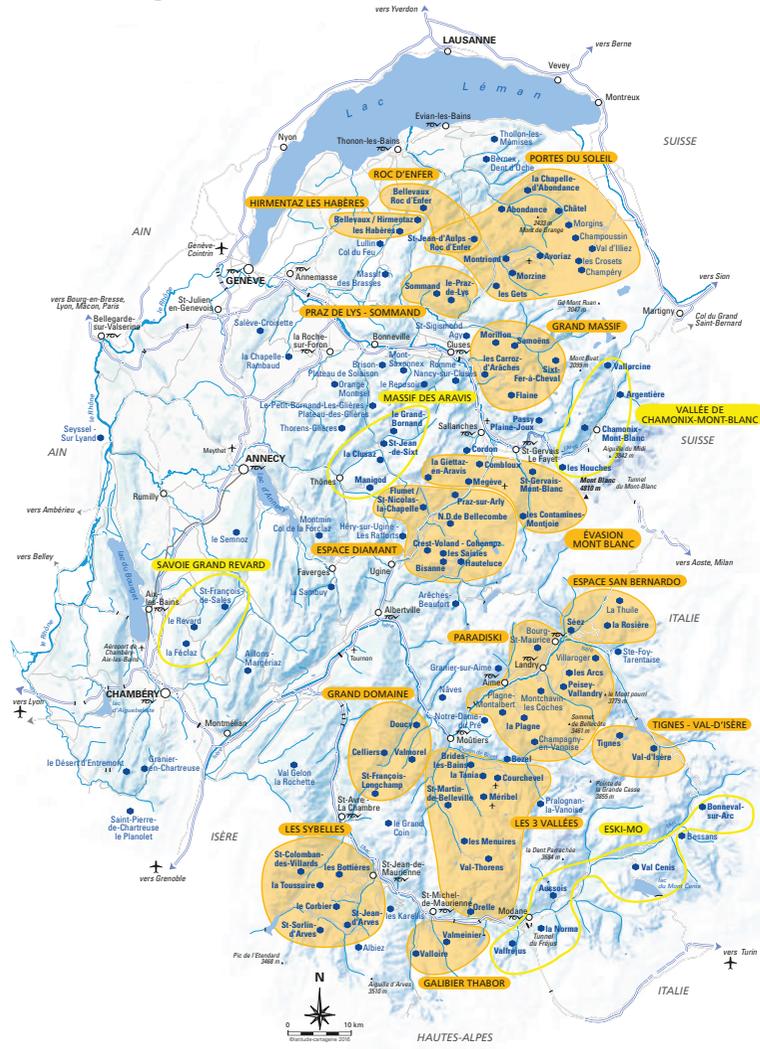


Анализ кейса ГОРНЫХ МЕСТНОСТЕЙ ФРАНЦИИ

курорта Савойя и Верхняя Савойя

Французские Альпы характеризуются **уникальной плотностью курортов для занятий зимними видами спорта** среди самых развитых в этом отношении регионов мира.

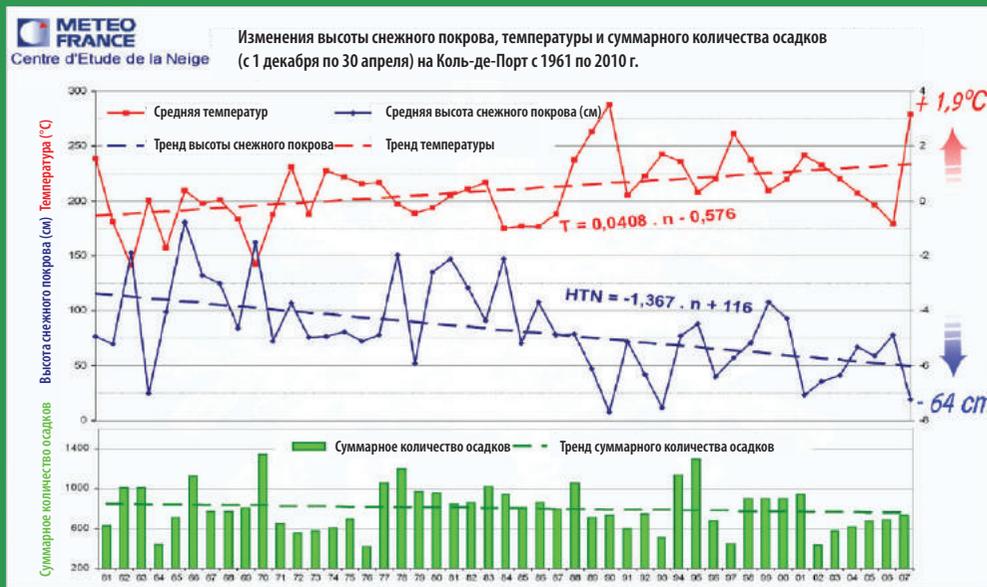
Таким образом, экономика туризма оказывается **существенным образом связанной с катанием на лыжах.**



DANS LES MONTAGNES FRANÇAISES

К переходу к иной модели нас подталкивают происходящие изменения :

1 > изменение климата



Анализ кейса ГОРНЫХ МЕСТНОСТЕЙ ФРАНЦИИ

к переходу к иной модели нас подталкивают
происходящие изменения :

2 > изменение ожиданий (натуральность, восстановление сил, разнообразие деятельности и др.)



Анализ кейса ГОРНЫХ МЕСТНОСТЕЙ ФРАНЦИИ

К переходу к иной модели нас подталкивают
происходящие изменения :

3 > необходимость развития летних видов деятельности





Анализ кейса ГОРНЫХ МЕСТНОСТЕЙ ФРАНЦИИ

При переходе к диверсифицированному, экологически ответственному и качественному предложению занятия спортом на природе открывают интересные перспективы:

завоевание новых клиентов

(молодых, урбанизированных, занимающихся смежными видами спорта);

повышение известности, укрепление имиджа;

формирование новых экономических моделей

основанных на сервисе, а не на доступе к инфраструктуре;

введение экологических приоритетов

через развитие видов деятельности с минимальным углеродным следом, низким износом инфраструктуры и низкой нагрузкой на уязвимые территории.

Анализ кейса горных местностей Франции

трейлраннинга

социальное явление и явление маркетинга

Количество занимающихся во Франции :
от 1 до 1,5 млн, по разным оценкам (8 млн в Европе)

Количество забегов, организуемых во Франции ежегодно :
2 600 (150 в 2001 г.) с 900 000 участников

Рост глобального рынка на 10% в год
(Франция является самым большим в Европе рынком обуви и текстиля:
475 млн €/год)

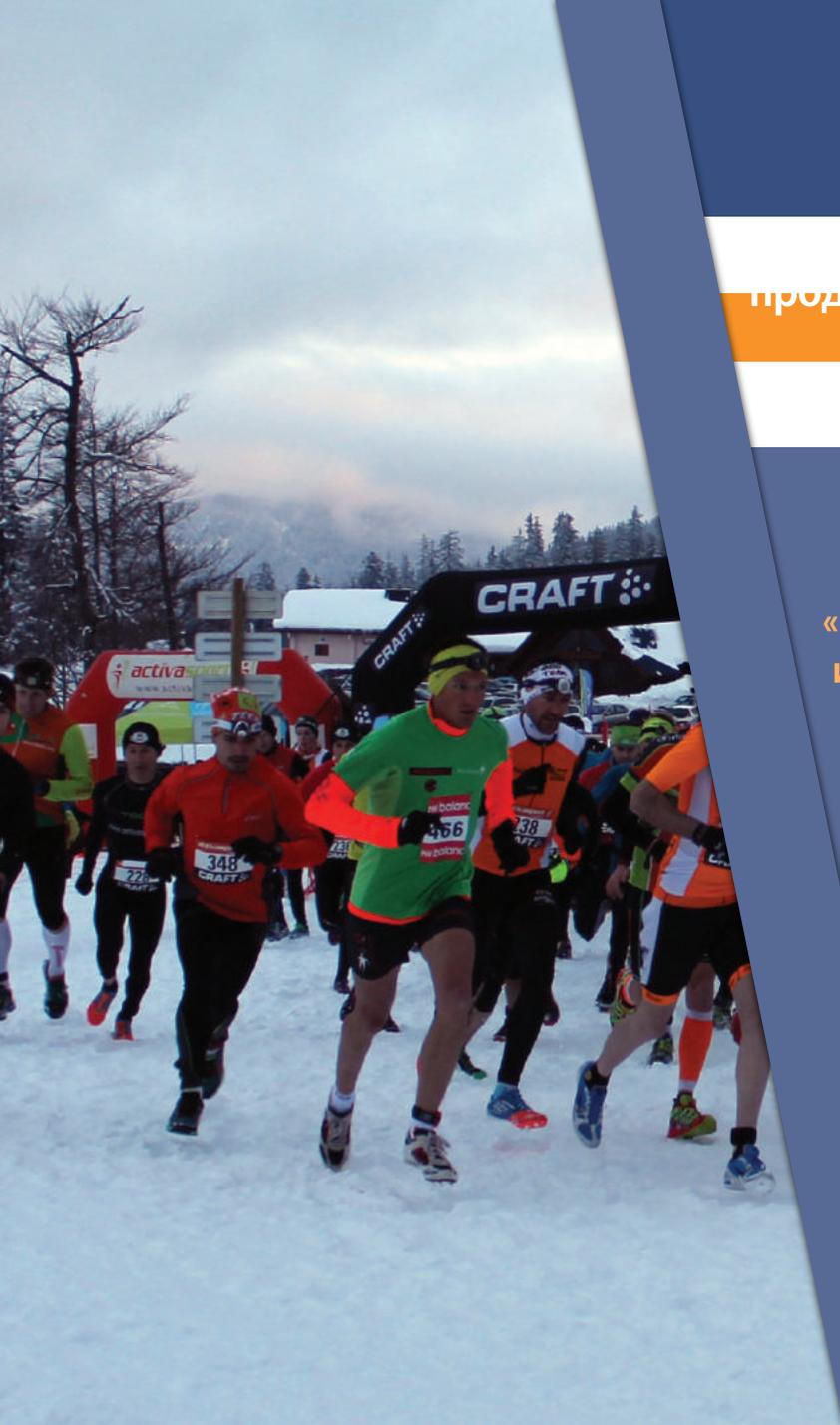
Анализ кейса горных местностей Франции

трейлраннинга

продукт «Опыт трейлраннинга» в массиве Бож

« Исследовать богатый потенциал трейлраннинга, чтобы дать участникам и их семьям возможность тренироваться, встречаться, общаться и знакомиться с геопарком ЮНЕСКО в массиве Бож »

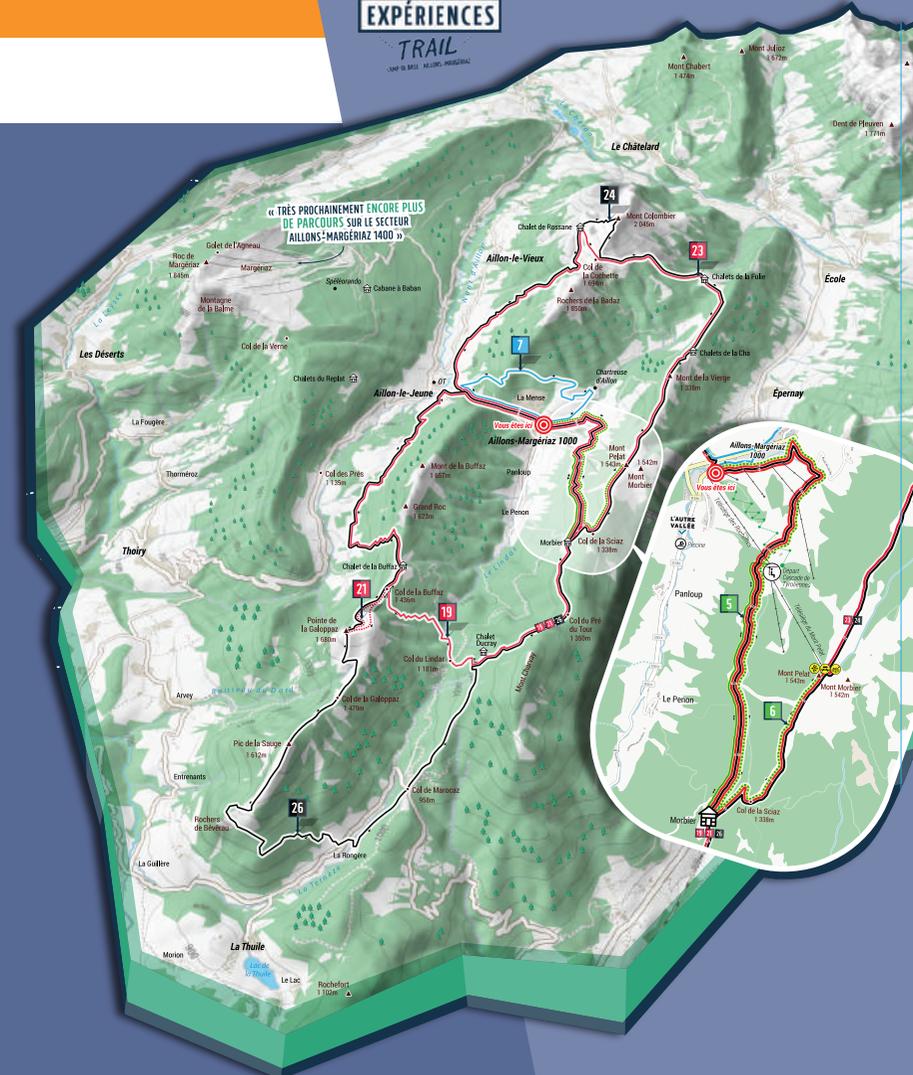
Помимо практических занятий, многообразный опыт и качественные услуги



Анализ кейса горных местностей Франции

трейлраннинга

продукт «Опыт трейлраннинга» в массиве Вож



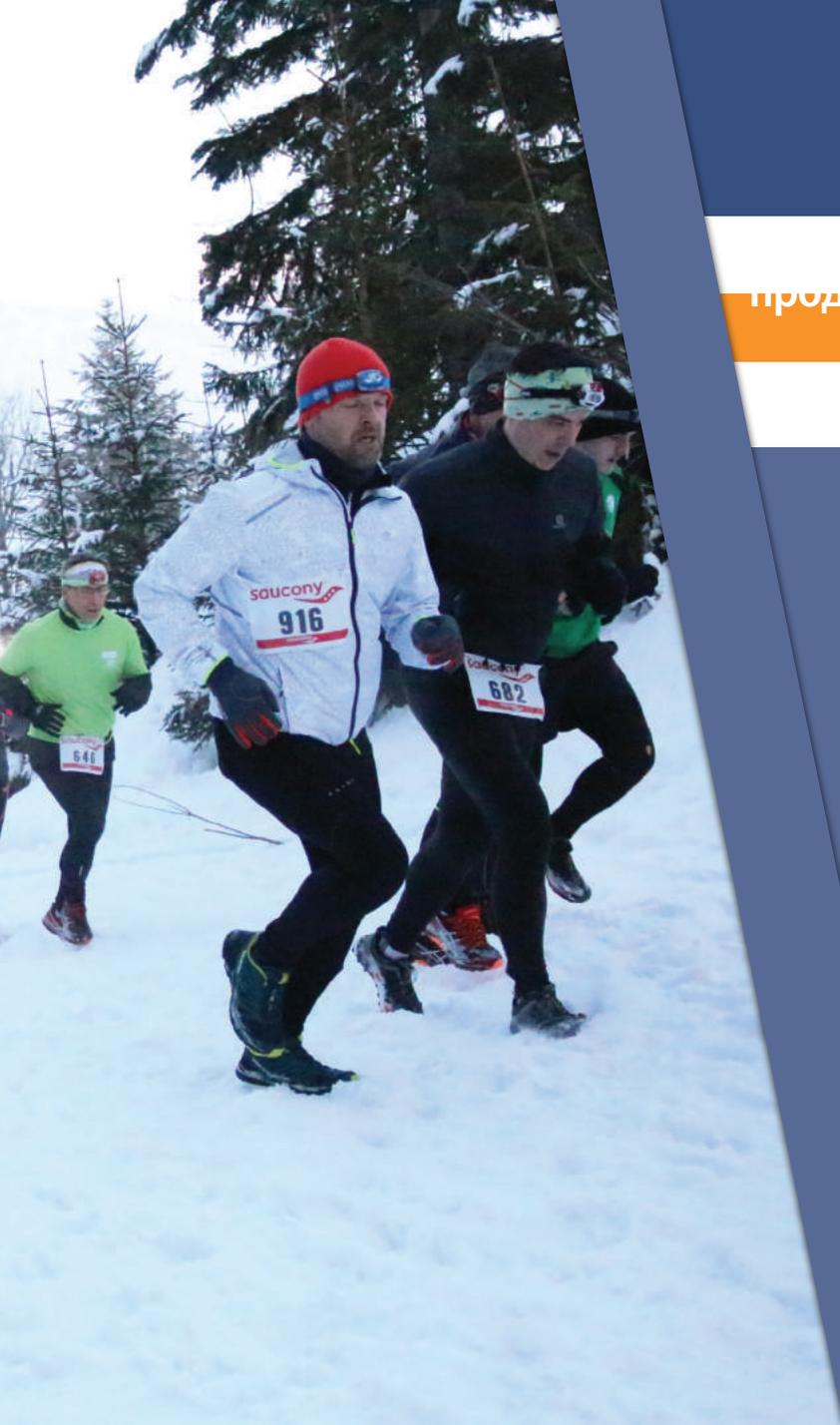
10 маршрутов для всей семьи, размеченных с учетом экологических приоритетов (фауна, флора, экономическое использование, охота)



Анализ кейса горных местностей Франции

трейлраннинга

продукт «Опыт трейлраннинга» в массиве Вож



**Контент, предлагаемый для ознакомления во
время занятий в природной среде**
(информационные щиты на тропах и мобильное приложение)

**EXPÉRIENCES
TRAIL**

**Я уважительно отношусь к местности,
по которой передвигаюсь!**

Собственники лугов и лесных участков предоставляют вам право двигаться по их территории. Пожалуйста, соблюдайте простые правила при использовании этого права: не покидайте размеченных маршрутов, не заходите на охраняемые территории Natura 2000, закрывайте за собой калитки парков, при появлении сторожевых собак (пиренейские горные собаки) прекратите бег и сохраните спокойствие...

- ❌ (X) Icon: A runner stepping off a marked path.
- ✅ (checkmark) Icon: A runner staying on a marked path.
- ❌ (X) Icon: A runner entering a fenced area.
- ✅ (checkmark) Icon: A runner closing a gate behind them.
- ✅ (checkmark) Icon: A runner with a dog on a leash.

Трейлраннинг — это еще и умение сосуществовать с людьми, которые работают в горах, и с видами, которые там обитают

Анализ кейса горных местностей Франции

трейлраннинга

продукт «Опыт трейлраннинга» в массиве Вож



Предложения для всей семьи и начинающих

(дети, сопровождающие, пользование механическими подъемникам и т. д.)

TO PLAY: GO TO THE TOP OF LES ROCHETTES SKI LIFT WITH YOUR TRAIL PASS AND FOLLOW THE SIGNPOSTS.

На маршруте тебя ожидают 7 испытаний.

Каждое успешно пройденное испытание дает тебе одну букву из секретного слова, которое позволит тебе стать очередным Хозяином Морбье.



другие интерактивные испытания в приложении Eskarades для маршрута Grangerie de Morbier



Анализ кейса горных местностей Франции

трейлраннинга

продукт «Опыт трейлраннинга» в массиве Вож



**Сопутствующие услуги и
круглогодичные мероприятия**
(велнес, конференции, семинары и т. п.)



ПРЕДЛОЖЕНИЕ 1 (ВТОРАЯ ПОЛОВИНА ДНЯ + УЖИН)

Ознакомление с маршрутом Mont Pelat с подъемом на кресельном подъемнике (группы новичков): 1 ч. 30 мин
Рекомендации, сопровождение, проверка снаряжения

Возможность принять душ в Отр-Валле

Лекция/дискуссия с участием наставника
"Как подготовиться к своему первому трейлраннингу?"

Продолжение обмена мнениями у буфета с ужином
(знакомство с местными продуктами и их дегустация в присутствии производителей)

ПРИМЕР ПРОГРАММЫ



ПРЕДЛОЖЕНИЕ 2 (УТРО + ОБЕД)

Знакомство с маршрутом Colombier (группы смежных интересов): 3 ч. 30 мин
Рекомендации, сопровождение, проверка снаряжения

Душ, сауна, по записи — массаж, выполняемый специалистами курорта

Лекция/дискуссия с участием диетолога
"Питание и спортивные результаты в ультра трейле"

Продолжение обмена мнениями у обеденного буфета
(знакомство с продуктами, упомянутыми в лекции, и их дегустация)

Анализ кейса горных местностей Франции

трейлраннинга

продукт «Опыт трейлраннинга» в массиве Вож

Стратегия маркетинга, направленная на завоевание новых категорий клиентов
и омоложение имиджа массива (партнерство со спортсменами и брендами)



Слово наставника Себастьян Шеньо

Приветствую вас в нашем «Опыте трейлраннинга». Вам предстоит познакомиться с уникальными пейзажами, которые будут окружать вас в ходе этого нового опыта. Ничто не оставит вас равнодушными в этом новом виде деятельности, соединившем в себе спорт и природу, и у вас проснется вкус к простым вещам...



Анализ кейса горных местностей Франции

ски-альпинизма

Нишевый рынок, способный усилить имидж
и способствовать диверсификации

Нишевый рынок, на котором наблюдается рост на два порядка
(по числу занимающихся).

Стремление к приложению усилий, воссоединению с природой, поиск
возможности продолжить / дополнить летний сезон.

7% рынка катания на лыжах (более высокие темпы приобщения
у 30-летних, растущая феминизация).

Инструмент маркетинга для брендов (придание динамики имиджу,
расширение гаммы и т. д.) **и для курортов** (специальные трассы, соревнования,
привлечение спонсоров и т. д.).

Анализ кейса горных местностей Франции

ски-альпинизма

продукт «Опыт ски-альпинизма» в массиве Вож



Размеченные трассы по краям зоны катания

Информация о техниках, мерах безопасности, среде, передовом опыте

Те же услуги, что и для летних видов отдыха



Анализ кейса горных местностей Франции

ски-альпинизма

Глобальный феномен, вызвавший переворот в практике туризма и благоустройстве

Некоторые курорты **выбирают ски-альпинизм** как приоритетное направление.

Развиваются **новые экономические модели**, наполняющие жизнью эту практику.



Анализ кейса горных местностей Франции

ски-альпинизма

Глобальный феномен, вызвавший переворот в практике туризма и благоустройстве

Насе-эн-Вьелья (Испания)

первый курорт, на 100% предоставленный любителям ски-альпинизма (200 км без механических подъемников)



Аспен (США)

широкий выбор специальных трасс подъема или подъема/спуска для ски-альпинизма



Анализ кейса горных местностей Франции

катания на электрическом внедорожном велосипеде

Новый способ знакомства с горами



Рынок с экспоненциальным ростом, за счет которого обеспечивается динамичное состояние рынка велосипедов во Франции

Французский рынок велосипедов

2,782
млн

Количество велосипедов
продаваемых во Франции
+0.2%

1,278
млрд €

Объем продаж
на рынке велосипедов
+9.6%

Десять лет экспоненциального роста

254 870

электрических
внедорожных
велосипедов
продано





Анализ кейса горных местностей Франции

катания на электрическом внедорожном велосипеде

долина Тарантез и ее маршруты, на 100% пригодные для
электрических внедорожных велосипедов

Цель : за 5 лет превратить Тарантез в эталонное туристическое направление
для катания на электрических внедорожных велосипедах

Средства : развивать специально оборудованные трассы и сопутствующие услуги

Анализ кейса горных местностей Франции

катания на электрическом внедорожном велосипеде

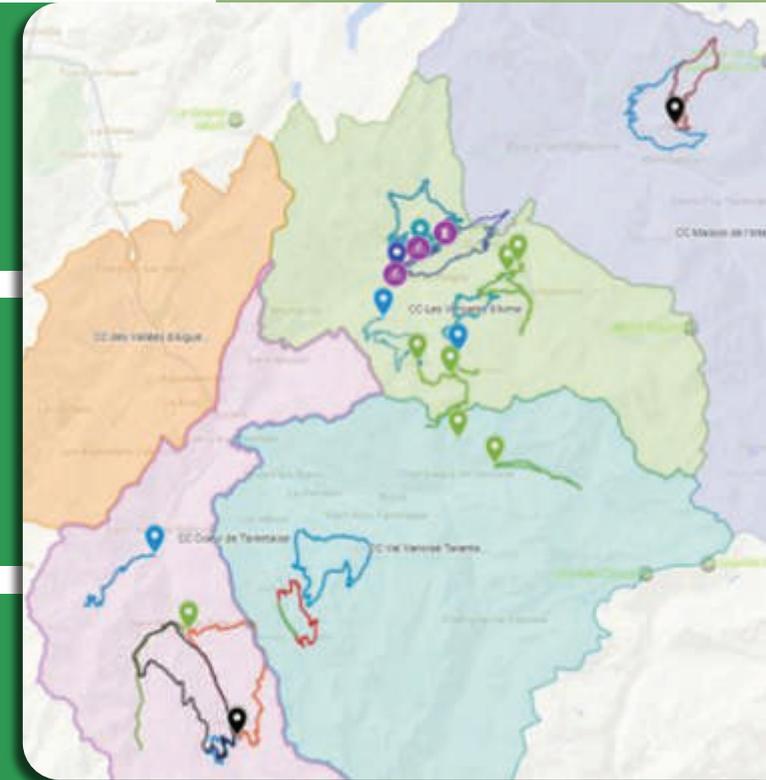
долина Гарантез и ее маршруты, на 100% пригодные для
электрических внедорожных велосипедов

Приоритеты :

Разметить **соответствующие маршруты**, для всех категорий
туристов по всей территории;

Предлагать занимающимся **качественные услуги**;

Диверсифицировать предложение **другими
объектами интереса** (культурное наследие,
гастрономия, многодневные походы и т. д.)



Анализ кейса горных местностей Франции

катания на электрическом внедорожном велосипеде

долина Гарантес и ее маршруты, на 100% пригодные для
электрических внедорожных велосипедов

Приоритеты :

Интегрировать **новые технологии** для повышения качества опыта с помощью
очков виртуальной реальности;



Использовать электрический внедорожный велосипед как **экологически чистое
транспортное средство** на протяжении всего пребывания или его части.

8 УСЛОВИЙ УСПЕХА

Правильно **определить базовые виды спорта на природе** для данного туристического направления в зависимости от потенциала его территории.

Развивать **необходимую инфраструктуру** для **высококачественного опыта** (тропы и маршруты).

Сопровождать эту инфраструктуру **соответствующими качественными услугами** (прокат инвентаря, велнес, подача контента и т. д.).

В полной мере учитывать **ожидания клиентов** (натуральность, экологическая ответственность, воссоединение с природой).



8 УСЛОВИЙ УСПЕХА

Обеспечить совместимость этих видов деятельности с **экологическими приоритетами** (фауна, флора, уязвимые природные пространства и др...).

Обеспечить совместимость этих видов деятельности с **другими видами деятельности в горах** (охота, сельское хозяйство, лесное хозяйство и др...).

Разработать **полную адаптированную стратегию маркетинга** (партнерство со спортсменами и брендами, организация мероприятий, специализированная пресса, работа с лидерами мнений).

Внедрять **инновации, соединяя эти виды деятельности с другими элементами предложения** (культурное наследие, гастрономия, новые технологии и др...).

Jérôme CAVIGLIA

Fondateur et Directeur général - Atemia

jc@atemia.org

+33 (0)6 64 76 24 11

www.atemia.org