

Dynamiser et diversifier les prestations actuelles et futures de l'Ecole Suisse de Ski de Vercorin

Travail de Bachelor – Filière Tourisme

Réalisé par : Mélanie Lauper

Professeur responsable : Nicolas Délétroz

Déposé le 28 novembre 2016

www.hevs.ch



Source : Ecole Suisse de Ski Vercorin, 2016

Résumé

L'ESS Vercorin subit une baisse de sa clientèle depuis 3 ans malgré des prestations de qualité et une clientèle fidèle. Cette baisse est principalement due à des facteurs externes sur lesquels l'ESS a peu d'influence. Ainsi, ce travail a pour objectif d'amener des propositions concrètes susceptibles d'augmenter sa fréquentation.

Dans un premier temps ce travail se concentre sur les raisons de cette baisse avant de se focaliser sur les tendances futures et les attentes des clients. Puis, il analyse les ressources disponibles, les activités déjà proposées et la demande actuelle au sein de la destination afin de développer des prestations correspondant au positionnement de Vercorin. Ensuite, le *Business Model Canvas* est utilisé afin d'avoir un aperçu global de l'ESS Vercorin et de comprendre comment implémenter les prestations au sein de l'ESS Vercorin. Enfin, un benchmarking est établi avec six écoles de ski pour identifier de nouvelles pratiques.

Il en ressort que l'ESS Vercorin propose des produits de qualité réputé dont la principale promotion est le bouche-à-oreille. Sa clientèle provient d'un marché domestique et est fidèle et régulière. Afin de dynamiser et diversifier ses prestations, il est essentiel d'amener de la nouveauté et de la variété au sein de ses activités. De plus, elle doit exploiter les réseaux sociaux afin d'étendre le bouche-à-oreille. Finalement, elle doit se préparer au réchauffement climatique qui menace sa ressource existentielle en développant des prestations estivales correspondant à son positionnement.

Mots-clés : tourisme de sport, destinations alpines, expérience, diversité, client

Summary

Since three years, the number of client of Vercorin's Swiss Ski School is decreasing, even if its offer is of high quality and his clients loyal. This decrease is principally due to external factors on which the Swiss Ski School of Vercorin has little influence. The aim of this thesis is to come up with concrete propositions that might increase clients' attendance.

In the first part, the thesis is looking at the reason of that decline before to focus on the trends and expectations of customers. Afterwards, it analyses the available resources, the activities and the actual demand of the resort of Vercorin. Then, the Business Model Canvas is used to get a strategic overview of the Swiss Ski School of Vercorin and helps to understand how products are implemented within the company. Finally, a benchmark has been completed with six ski schools in order to identify new offers.

Thanks to these analyses it comes out that Vercorin's Swiss Ski School has renowned quality products that generate efficient word-of-mouth. The customers of the Swiss Ski School of Vercorin come from the local and national market, visit Vercorin regularly and are loyal. In order to dynamize and diversify the offers, it is necessary to come up with novelty and variety in the activities. Moreover, it has to extend its word-of-mouth on digital medias. Finally, the Swiss Ski School of Vercorin has to tackle climate change by developing the summer season according to its positioning.

Keywords: sport tourism, alpine destinations, experience, diversity, customer

Avant-propos et remerciements

Travaillant depuis quatre ans à l'ESS Vercorin et habitant le village depuis presque deux ans, j'ai constaté durant l'hiver 2015/16 une baisse des cours donnés. De plus, cet hiver-là, la station manquait de vie et les clients se faisaient rares. Consciente du potentiel du village de Vercorin et de son école de ski, je souhaitais contribuer à son développement grâce aux connaissances acquises dans le cadre de mes études en tourisme à l'HES-SO Valais/Wallis. Passionnée de sport, surtout de sports d'hiver, j'avais choisi l'option Tourisme de Sport et de Santé qui me donnait ainsi de bonnes bases pour effectuer des recherches et des analyses dans ce domaine.

Le but de ce travail est de proposer de nouvelles prestations et activités en accord avec le positionnement de Vercorin et de l'ESS Vercorin afin de pallier aux problématiques auxquelles l'ESS Vercorin se retrouve confrontées.

A ma connaissance, aucune étude n'a été écrite directement en lien avec une école de ski, mise à part un travail de bachelor rédigé par une étudiante en tourisme en 2013. La majorité des études sont liées aux destinations alpines en général.

La plus grande difficulté rencontrée au cours de la rédaction de ce travail a été le manque d'informations sur la clientèle de Vercorin et de l'ESS Vercorin. En effet, les seules statistiques disponibles concernent la répartition des nuitées. Ni l'office du tourisme, ni l'ESS Vercorin ne disposent d'une base de données de clients. De plus, la période de réalisation de ce travail n'était pas adaptée car les clients concernés n'étaient pas sur place pour les interroger directement et, lors des visites dans d'autres stations, les écoles de sports de neige étaient fermées. Ensuite, les rapports annuels de la saison 2015/16 des différents prestataires n'étaient pas encore disponibles durant la période de recherche et de rédaction et ne sont sortis que pendant la phase finale de ce travail. Finalement, ayant suivi mes études en allemand depuis l'âge de 14 ans, j'ai rencontré une grande difficulté dans l'expression écrite en français.

Afin de récolter les informations sur Vercorin et ses clients, les prestataires qui sont en relation avec les touristes ont été interrogés sous forme d'audit. C'est également la démarche conseillée dans le nouveau modèle *St-Gallen Destination Management* pour identifier les différents flux de clients visitant une destination. Puis, les réseaux de veille et des publications récentes ont permis de compléter ces informations en matière de besoins, attentes et tendances.

Je souhaite remercier les personnes suivantes qui m'ont aidée dans la réalisation de ce Travail de Bachelor :

- Jean-François et Baptiste Neurohr, Directeurs de l'ESS pour leur confiance en m'accordant ce mandat ;
- Nicolas Délétroz, professeur responsable, pour sa disponibilité et ses conseils ;
- Alexandre Franzetti, instructeur à l'ESS pour son soutien et les nombreuses discussions ;
- Désirée Lauper et Claude Franzetti, pour leur relecture consciencieuse ;
- Ainsi que toutes les personnes interrogées : moniteurs, partenaires, prestataires et professeurs pour leur disponibilité.

Table des matières

Résumé.....	i
Summary.....	ii
Avant-propos et remerciements	iii
Table des matières	v
Liste des tableaux.....	ix
Liste des figures.....	x
Liste des abréviations.....	xi
Introduction.....	1
1. Contexte : Le marché mature des sports d'hiver.....	2
1.1 Développement du tourisme hivernal	2
1.2 Situation actuelle et problématiques	4
1.2.1 Difficulté de croissance de la demande.....	4
1.2.2 Manque compétitivité.....	5
1.2.3 Changement climatique	6
1.3 Développement futur et tendances du marché.....	6
1.3.1 Changement climatique	7
1.3.2 Tendances de la demande.....	8
1.4 Les Ecoles de Sports de Neige	12
2. Méthodologie.....	13
3. Revue littéraire	14
3.1 L'expérience et les sports de neige.....	14
3.2 Fidélisation et destinations alpines	16
3.3 Stratégies du tourisme de sport	17
4. Vercorin	18
4.1 Développement et organisation du tourisme.....	18
4.1.1 Développement	18
4.1.2 Acteurs de l'organisation touristique	19
4.2 Positionnement de Vercorin.....	22
4.3 Analyse de l'offre	23
4.2.1 Offre originelle.....	24
4.2.2 Offre dérivée	27
4.3 Les activités.....	28
4.3.1 Activités hivernales	29
4.3.2 Activités estivales	31
4.3.3 Les évènements et manifestations	32
4.3.4 Prestataires des activités	33

4.3.5 La promotion des activités.....	33
4.3.6 Création d'activités	34
4.4 Analyse de la demande.....	34
4.4.1 Types de tourisme.....	35
4.4.2 Provenance.....	37
4.4.3 Accompagnants.....	39
4.4.4 Comportement.....	39
4.4.5 Activités pratiquées.....	41
4.4.6 Satisfaction	41
5. ESS Vercorin.....	42
5.1 Présentation	42
5.2 Business Model Canvas.....	42
5.2.1 Segments clientèle	43
5.2.2 Propositions de valeur	44
5.2.3 Canaux de distribution	44
5.2.4 Relations avec les clients.....	45
5.2.5 Ressources clefs	46
5.2.6 Activités clefs	47
5.2.7 Partenaires.....	48
5.3 Analyse SWOT	49
5.3.1 Forces.....	49
5.3.2 Faiblesses.....	50
5.3.3 Opportunités.....	51
5.3.4 Menaces	53
6. Benchmarking	54
6.1 Smugglers' Snow Sport University - USA.....	54
6.2 Serfaus-Fiss-Ladis - Autriche	55
6.3 Swiss Mountain Sports Crans-Montana	57
6.4 Courchevel Aventure - France.....	58
6.5 Centrale Scuola Ski & Snowboard Livigno – Italie	59
6.6 Films Laax Falera - Suisse	60
7. Recommandations.....	62
7.1 Offres hivernales.....	63
7.1.1 Initiation au ski avec Snowli	63
7.1.2 Initiation snowboard dès 3 ans	63
7.1.3 Offre « Découvrez les joies du ski ».....	63
7.1.4 Programme après-ski.....	64

7.1.5 Cours collectif « parents-enfants »	64
7.1.6 L'offre Défi des 300.....	64
7.2 Activités estivales	65
7.2.1 VTT.....	65
7.2.2 Mountainboard	66
7.2.3 Ski sur herbe	66
7.3 Mesures et services	66
7.3.1 Le Père-Noël te rend visite.....	66
7.3.2 Café de l'ESS.....	67
7.3.3 La prestation surprise	67
7.3.4 Amélioration de la visibilité de l'ESS Vercorin sur les réseaux sociaux	68
7.3.5 Cours avant-saison.....	68
7.3.6 Informatisation du système de gestion.....	69
Conclusion.....	70
Références	71
Annexes	75
Annexe I : Garantie de neige et réchauffement climatique dans les domaines skiables alpins	75
Annexe II : Composition Sierrre-Anniviers Marketing.....	76
Annexe III : Comptes de Vercorin Tourisme.....	77
Annexe IV : Offre originelle de Vercorin	79
Annexe V : Offre dérivée de Vercorin	80
Annexe VI : Hébergements de groupe à Vercorin	81
Annexe VII : Statistiques des nuitées.....	82
Annexe VIII : Répartition des nuitées à Vercorin	83
Annexe IX : Horaire navette été Vercorin – Vissoie	84
Annexe X : Horaire navette hiver Vercorin – Anniviers.....	85
Annexe XI : Animations ponctuelles en hiver à Vercorin	86
Annexe XII : Animations ponctuelles en été à Vercorin.....	88
Annexe XIII: Activités passeport vacances.....	90
Annexe XIV : Prestataires d'activités à Vercorin.....	92
Annexe XV : Enquête OVT A l'écoute de nos hôtes. 2013-2014. Anniviers	94
Annexe XVI : Analyse de l'utilisation du téléphérique CBV	101
Annexe XVII : Cours proposés par l'ESS Vercorin.....	103
Annexe XVIII: Business Model Canvas	104
Annexe XIX : Compétence du moniteur	105
Annexe XX : Lieux de rendez-vous.....	106
Annexe XXI : Jardin des Neiges au Centre sportif du Lavioz	107

Annexe XXII : Vercorin Major Park	108
Annexe XXIII : SWOT Vercorin	109
Annexe XXIV : Offre « Défi des 300 »	110
Annexe XXV: Cours collectif « parents-enfants »	111
Annexe XXVI : Initiation avec Snowli	112
Annexe XXVII : Initiation au snowboard dès 3 ans	113
Annexe XXVIII : Découvrez les joies du ski	114
Annexe XXIX : Programme après-ski	115
Annexe XXX: VTT	118
Annexe XXXI : Mountainboard	119
Annexe XXXII : Ski sur herbe	120
Annexe XXXIII : Propositions pour dynamiser la page Facebook de l'ESS Vercorin...	121
Annexe XXXIV : Activités proposées par Courchevel Aventure	122
Annexe XXXV : Activités tendances proposées à Serfaus-Fiss-Ladis	123
Déclaration de l'auteur	124

Liste des tableaux

Tableau 1 : Sports de niche.....	9
Tableau 2 : Activités de sports d'hiver	10
Tableau 3 : Subsidés versées par la Commune de Chalais.....	20
Tableau 4 : Concept de l'offre originelle et de l'offre dérivée.....	24
Tableau 5 : Activités estivales à Vercorin	31
Tableau 6 : Nombre d'utilisateurs du téléphérique par période	36
Tableau 7 : Analyse SWOT de l'ESS Vercorin.....	49
Tableau 8 : Différentiation des prix à Centrale Scuola Ski & Snowboard	60

Liste des figures

Figure 1 : Le cycle de vie.....	2
Figure 2 : Situation actuelle des remontées mécaniques valaisannes.....	5
Figure 3 : Budget promotion et publicité de Vercorin Tourisme.....	20
Figure 4 : Activités hivernales à Vercorin.....	29
Figure 5 : Provenance des membres du Ski-Club Brentaz Vercorin.....	37
Figure 6 : Résultats sur les marchés de proximité travaillés par VWP en 2015	38
Figure 7 : Résultats sur les marchés lointains travaillés par VWP en 2015.....	38
Figure 8 : Berta's Kinderland	56
Figure 9 : Snow V	57

Liste des abréviations

ASA Valais = l'Association Valaisanne d'aide aux personnes handicapées mentales

BAT = Bureau d'Affaires touristiques

CBV = (téléphérique) Chalais-Briey-Vercorin

DVA = Détecteur de victimes d'avalanches

ESS = Ecole Suisse de Ski

FST = Fédération Suisse du tourisme

OCDE = Organisation de coopération et de développement économique

OT = Office du Tourisme

OVT = Observatoire Valaisan du Tourisme

RMA = Remontées Mécaniques Anniviers

RMV = Remontées Mécaniques Valaisannes

SAM = Sierre-Anniviers Marketing

SDV = Société de développement de Vercorin

TO = Tour Operateur

TVSA = Télévercorin SA

UAPE = Unité d'Accueil de la Petite Enfance

UNWTO = World Tourism Organization

VWP = Valais Wallis Promotion

Introduction

L'Ecole Suisse de Ski de Vercorin enseigne la pratique des sports d'hiver depuis 1968 au sein du village touristique de Vercorin. Cependant, au cours de ces dernières années, le nombre de cours donnés par l'ESS Vercorin a diminué. De la saison 2014/15 à la saison suivante, le nombre de demi-journées de cours vendus a baissé de 3800 à 3550 alors que durant les grandes années touristiques de Vercorin jusqu'à 8000 demi-journées pouvaient être vendues.

Afin de comprendre les raisons de cette baisse, le contexte dans lequel évolue l'ESS a été analysé dans un premier temps. Le développement du tourisme hivernal est brièvement évoqué, puis la situation actuelle et les problématiques sont analysées avant d'exposer les tendances futures. Ainsi, la baisse de la clientèle est majoritairement due à la baisse de la clientèle étrangère, du mauvais rapport qualité-prix, du recul de l'intérêt pour les sports d'hiver, au vieillissement de la population et au manque de compétitivité face à une offre de loisirs diversifiée.

Le but de ce travail est donc de trouver de nouvelles prestations capables d'une part, d'attirer de nouveaux clients afin de pallier à cette baisse et d'une autre part, de fidéliser la clientèle restante. Ainsi, la seconde partie est consacrée à Vercorin et à l'ESS Vercorin. Le développement et l'organisation du tourisme sont exposés afin de comprendre le fonctionnement de la station ; les ressources dont dispose le village et les activités qui y sont déjà proposées sont présentées dans le but de connaître les prestations offertes dans le village. Puis la demande et les activités de l'ESS sont analysées de manière à connaître les clients. Finalement, une analyse SWOT permet d'identifier les points forts à développer, les faiblesses à améliorer, les opportunités à exploiter et les menaces à considérer.

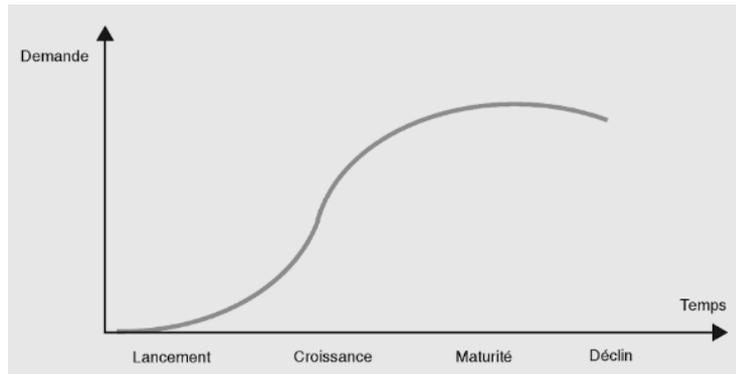
Dans la dernière partie, les prestations d'autres écoles de ski aux USA, en Autriche, en Suisse, en France et en Italie sont présentées afin d'inspirer de nouvelles pratiques pour l'ESS Vercorin.

Grâce à ces analyses, des recommandations et des propositions ont pu être élaborées en fonction du positionnement de Vercorin, des attentes des clients et des ressources à disposition.

1. Contexte : Le marché mature des sports d'hiver

Pour ce premier chapitre présentant le contexte dans lequel évolue l'Ecole Suisse de Ski de Vercorin, le concept du cycle de vie des destinations alpines a été choisi pour décrire le développement du marché des sports d'hiver actuellement en phase de maturité. Puis, les problématiques actuelles et les tendances futures sont décrites. Pour chaque thématique,

Figure 1 : Le cycle de vie



Source: (Clergeau, 2014)

l'offre et la demande sont abordés et des liens avec Vercorin sont tirés.

Le cycle de vie est un concept qui identifie 4 phases : le lancement, la croissance, la maturité et le déclin. Ces phases sont définies par la fréquentation touristique d'une destination variant selon le temps.

En Valais, le nombre de journée-skieurs « évoluent négativement depuis au moins 2000/01 » selon Lugon (2016, p. 25). Lorsque la demande chute, un marché ou un produit se trouve en phase de déclin. La solution pour un marché dans cette phase consiste à innover. (Clergeau, 2014) L'OCDE (Organisation de coordination et développement économique) reconnaît quatre types d'innovation : l'innovation de produit, l'innovation de procédé, l'innovation de commercialisation et l'innovation d'organisation (OCDE, 2016). Selon la London School of Business (dans Commission canadienne du tourisme, 2004, p.1), « les expériences constituent une innovation clé du domaine des affaires aujourd'hui ».

1.1 Développement du tourisme hivernal

En construisant un premier télésiège dans les années 1950, le village de Vercorin se dote de la première remontée mécanique de la région du Val d'Anniviers et offre ainsi à sa clientèle un accès aisé et confortable aux pistes de ski (SDV, 1997). Après le tourisme estival et résidentiel, le tourisme hivernal est lancé. Son produit phare est le ski et l'attente des touristes était simplement de « vivre la montagne comme un lieu différent de la résidence habituelle » (Macchiavelli, 2009, p.88). Ainsi, les infrastructures d'hébergement se développent, tout d'abord l'hôtellerie puis les résidences secondaires. Les ressources de base suffisaient alors à attirer et satisfaire les clients. (Macchiavelli, 2009) Deux épiceries, trois cafés et un tea-room

accueillaient les touristes au début à Vercorin, tandis qu'en 1968, l'Ecole de Ski de Vercorin est créée. Les premières promotions avec l'Union Valaisanne du Tourisme sont organisées et un bureau de renseignement voit le jour. (SDV, 1997) Durant cette période, les remontées mécaniques valaisannes se démarque par « leur force économique » (Planche, 2016, p.31) Cette première phase de lancement est caractérisée par un développement progressif de la demande et l'apparition d'entreprises pionnières (Clergeau, 2014).

Avec l'augmentation du temps de loisirs et l'arrivée de nouvelles technologies dans les transports, les stations hivernales connaissent un fort afflux dans les années 70 (Bieger et al, 2004). Durant cette période, les activités et les infrastructures se développent également à Vercorin pour répondre à la demande des touristes. Un nouveau télésiège et une télécabine se construisent et les pistes de ski sont agrandies. Avec le nombre de logements qui double de 500 à 1000 en 10 ans, la station connaît des premières difficultés, telles que la densité du trafic et la pénurie d'eau potable en 1979. Ainsi, l'évacuation des égouts et des déchets et la distribution d'eau potable sont améliorées. Une nouvelle route d'évitement est également construite. (SDV, 1997) L'hiver devient la période principale pour le tourisme valaisan avec les remontées mécaniques comme épine dorsale. En 1972 est créée « l'Association valaisanne des entreprises de remontées mécaniques (AVERM), dont le rôle fut d'être attentive aux évolutions techniques et légales, mais également à l'émergence de nouvelles tendances ». (Fabrice Haenni, 2015, dans Planche, 2016, p.31). Le trafic dense, les files d'attente, les coûts élevés étaient alors acceptés par les clients et les remontées mécaniques n'avaient pas besoin de tenir compte de leurs besoins (grischconsulta, 2016a). Cette seconde phase, appelée phase de croissance, se définit par un développement de l'intensité concurrentielle et demande la capacité de gérer coûts et processus (Clergeau, 2014).

Puis, les premiers signes de crise apparaissent dans les stations de ski européennes au cours des années 80 (Plaz, 2013 ; Bieger et al, 2004). Bien que la demande augmente, les taux d'occupation stagnent en raison d'une augmentation parallèle des capacités (Bieger et al, 2004). Durant ces années, le ski alpin est également en crise et des contre-cultures avec de nouvelles formes de glisse apparaissent : monoski, snowboard dans un premier temps, puis ski parabolique, *snowscoot*¹, *skwal*². Les aménagements se diversifient avec l'introduction de *snowparks* et *halfpipes*. (Bourdeau, 2007). Depuis les années 90, le nombre de nouveaux clients stagne (grischconsulta, 2016a) et depuis minimum 10 ans, la demande recule (Lugon, 2014 ; Observatoire Valaisan du Tourisme) malgré les nouvelles pratiques émergentes. La

¹ Sport de descente sur une planche de ski munie d'un guidon, procurant des sensations proches de la pratique du BMX. (Récupéré sur <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/snowscoot/>)

² Discipline de ski utilisant une planche, similaire au monoski, les pieds étant placés l'un devant l'autre. (Récupéré sur <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/skwal/>)

crise devient quantitative, car les espaces libres sont saturés, et qualitative puisqu'une multitude d'alternatives répartit la demande. Les notions d'expérience et d'émotions apparaissent dans la demande des clients, tout comme le bien-être et la relaxation. (Macchiavelli, 2009)

1.2 Situation actuelle et problématiques

Actuellement, les sports d'hiver rapportent 1.9 Mia CHF de chiffre d'affaire annuel à l'économie valaisanne, tandis que les remontées mécaniques sont le pilier du tourisme valaisan, centralisé sur l'hiver (Planche, 2016). Cependant, celles-ci « ont perdu 20% de leurs journées-skieurs en 10 ans, les cash flows ont diminué de 10% sur la même période et les infrastructures sont vieillissantes : en Valais, près de 40% des installations ont plus de 33 ans et 63% ont été construites il y a plus de 23 ans » (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2013). Durant la saison 2014/15, les entreprises de remontées mécaniques suisses ont enregistré la « plus faible valeur observée depuis 11 ans » (FST, 2016a, p.15). Actuellement, TVSA « peut tout juste fonctionner, mais plus guère investir » (Frédéric Glassey dans Zuber, 2016, p.51)

1.2.1 Difficulté de croissance de la demande

Le recul de fréquentation enregistré actuellement dans les destinations valaisannes n'est pas lié à une stagnation de la demande, puisque globalement, 50 millions de touristes en plus ont voyagé durant l'année 2015 et que l'Europe a enregistré une augmentation de 5% d'arrivées internationales (FST, 2016a). De plus, le nombre de skieurs augmente également : de 2000 à 2008, le nombre de skieurs pratiquant régulièrement a augmenté de 3.8% (Schnyder, 2013). Il s'agit d'une difficulté de croissance de la demande dans les destinations alpines qui est liée à plusieurs facteurs (Macchiavelli, 2009).

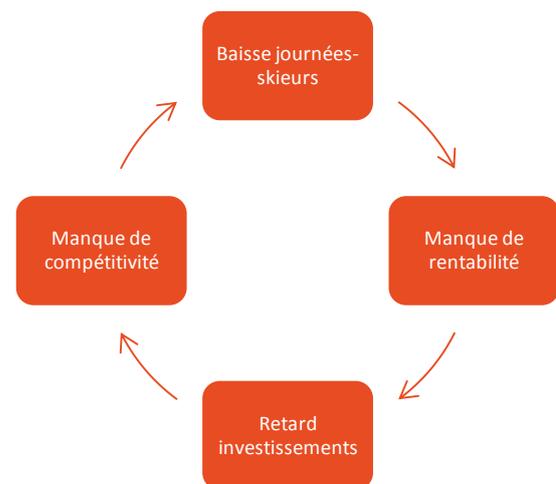
Il existe actuellement une vaste offre de loisirs diversifiés qui répartit la demande (Macchiavelli, 2009). Ces loisirs sont accessibles en tout temps : d'une part, ils sont « médiatiques », comme les réseaux sociaux ou les jeux vidéo, et d'autre part, ils sont à proximité des clients. De nouveaux sports ont également émergés et les enfants ont désormais un vaste choix d'occupation (Schnyder, 2013). Un moniteur de l'ESS Vercorin explique qu'il lui manque souvent des élèves car ceux-ci sont à tel ou tel cours de sport (Alexandre Franzetti, instructeur de snowboard, communication personnelle, 2016). De plus, grâce aux progrès technologiques et à la libéralisation du marché, les prix des transports ont diminué. Ainsi, de nouvelles destinations lointaines sont accessibles aisément et à bon marché, tandis que les vacances aux sports de neige ont un coût élevé. (Macchiavelli, 2009 & Plaz, 2013) En prime, les destinations alpines suisses sont devenues encore plus chères suite à l'abandon du taux plancher face à l'euro pour la clientèle européenne, sensible au prix (Plaz, 2013). Ainsi, des

clients fidèles quittent la station de Vercorin « en raison du coût élevé de leurs vacances, malgré leur amour pour la station » (Vercorin Tourisme, 2015). Outre la cherté des sports d'hiver, le manque de temps, l'absence de plaisir et des problèmes de santé engendrent également un recul de l'intérêt pour les sports d'hiver et les vacances aux sports d'hiver ne sont plus que de deuxième, troisième voire quatrième priorité (Schnyder, 2013 ; Plaz, 2013). Les problèmes de santé évoqués sont particulièrement relevant alors la population vieillit dans les marchés émetteurs principaux. En effet, depuis 2013 « près de la moitié de la population en Allemagne, en Italie et en Suisse » est âgée de plus de 50 ans (grischconsulta, 2016b, p.1). Cette génération représentait des skieurs fervents qui skient actuellement de moins en moins (Schnyder, 2013). Toutefois, outre le fait que les jeunes disposent d'une vaste offre de loisirs comme mentionné plus haut, 50% des enfants de moins de 15 ans en Suisse sont issus d'une famille avec un historique d'immigration et n'ont ainsi qu'une faible affinité avec la tradition des sports de neige (grischconsulta, 2016a).

1.2.2 Manque compétitivité

A cause de la baisse du nombre de journées-skieurs, les remontées mécaniques ne sont pas rentables et ne disposent pas du cash-flow nécessaire pour les investissements (Bétrisey, 2016). Selon une estimation d'Arthur Clivaz (2016, p. 44), président de l'association des Remontées mécaniques valaisannes (RMV), 1 Mia CHF d'investissement est nécessaire afin que les installations soient à nouveau concurrentielles. Ainsi, « plus de la moitié ne répondent plus aux besoins actuels d'un transport confortable et rapide. En outre, une part importante du parc des RMV est désormais vétuste et ne correspond plus aux standards internationaux » (Planche, 2016, p.33). Un cercle vicieux, représenté dans la figure 2, se met alors en place : le manque de rentabilité s'étend à tous les prestataires touristiques des destinations, puisque ceux-ci sont tributaire des remontées mécaniques (Arian Kovacic, directeur de l'Office du Tourisme de Vercorin, CP, 2016). Tandis que les destinations voisines bénéficient d'une monnaie moins chère et de conditions cadres plus encourageantes leur permettant un meilleur rapport qualité-prix (Fioretto & Constantin, 2016).

Figure 2 : Situation actuelle des remontées mécaniques valaisannes



Source: Réalisation de l'auteure selon Bétrisey (2016)

1.2.3 Changement climatique

Le changement climatique menace la ressource primaire des destinations alpines et représente le plus grand défi du tourisme suisse actuellement (Müller & Weber, 2008). Au cours des trois dernières années, les premiers impacts ont déjà été ressentis lorsque le manque de neige limitait l'offre du domaine skiable lors de la période de Noël et Nouvel An, période hautement touristique. Ainsi, les stations ont été contraintes en premier lieu de garantir l'enneigement de manière artificielle, ce qui augmente considérablement leurs charges d'exploitation, et en deuxième lieu de baisser les prix en raison de l'offre limitée. (Télévercorin SA, 2016 ; Girschik, Frick & Bosshart, 2007) TVSA a perdu durant la période de Noël 2015 et Nouvel An 2016 « 40% du chiffre d'affaires de l'exercice précédent qui était déjà un mauvais résultat » (Télévercorin SA, 2016, p.8). Selon Martine Rebetez (2016), cette période, bien que moins touchée que la fin de saison, est cruciale car elle représente des vacances traditionnelles et c'est à ce moment de l'hiver que les gens sont le plus enclins à skier.

Bien que selon Müller & Weber (2008), les stations valaisannes, grâce à leurs altitudes élevées, seraient moins menacées que leurs concurrents alpins, la Suisse est plus touchée que les autres pays par le réchauffement climatique en raison de sa topographie (Le Nouvelliste, 2016). Selon Girschik et al (2007, p.14), « seules vont pouvoir survivre les grandes destinations financièrement solides et disposant de domaines skiables situés au-dessus de 1800 mètres », car celles situées en dessous ne trouveront plus d'investisseurs.

Comme le relève l'Observatoire Valaisan du Tourisme (2013), toutes ces problématiques « frappent en premier lieu les plus faibles, c'est-à-dire les stations de petite taille, qui ont de plus en plus de peine à maintenir leurs finances à flots pour supporter les coûts de leurs investissements et parfois tout simplement maintenir leur existence. »

1.3 Développement futur et tendances du marché

En Valais, une nouvelle loi est en implémentation afin d'amener un meilleur soutien financier. Selon Gilles Cottet (2016, p.48), directeur de STA SA (Services Techniques Alpines), le nouveau modèle d'exploitation permettra d'avoir « les moyens financiers de concurrencer les sociétés de remontées mécaniques des pays voisins, comme l'Autriche, l'Italie, ou la France, et même d'autres cantons suisses, en renouvelant leurs installations et en optimisant leurs modes de fonctionnement. » Toutefois pour profiter pleinement de ces aides, TVSA doit augmenter son EBDITA de 25% à 30%, car il est nécessaire d'être compétitif afin de profiter de ces nouveaux instruments (Zuber, 2016 ; Planche, 2016).

En 2012, une première tentative pour pallier à la stagnation de la demande à Vercorin et améliorer la rentabilité de TVSA a eu lieu en construisant la première télécabine panoramique de 10 places en Suisse. Toutefois, contrairement aux attentes, une augmentation fut enregistrée seulement au cours du premier exercice. Par conséquent, une nouvelle résidence de 470 lits commerciaux est en cours de construction pour décembre 2017 pour amener des clients supplémentaires afin de générer les 15'000 à 20'000 journées-skieurs nécessaires à assurer la stabilité financière de la Télécabine et ainsi des partenaires touristiques, commerçants et prestataires. (Télévercorin SA ; Zuber, 2016 ; Alban Mathieu, CP, 2016).

1.3.1 Changement climatique

A court-terme, le changement climatique va apporter un avantage compétitif aux destinations valaisannes. Selon (Girschik et al, 2007), d'ici 2050, les températures augmenteront de 2°C en hiver. Selon la figure « Garantie de neige et réchauffement climatique dans les domaines skiables alpins » qui se trouve à l'annexe I, tous les domaines skiables valaisans pourront garantir l'enneigement, alors que parmi les concurrents limitrophes uniquement un nombre réduit survivra. En Autriche par exemple, 70% des domaines skiables ne pourront plus garantir l'enneigement (OCDE dans Girschik et al, 2007). Par conséquent, Müller & Weber (2008) prévoit une stabilité de la fréquentation en hiver. Cependant, à long terme, les charges d'exploitation continueront d'augmenter et il deviendra compliqué de trouver des investisseurs pour le financement. Ainsi, les grandes stations situées au-dessus de 2000 mètres d'altitude deviendront chères et exclusives, destinées à une clientèle cherchant à se distinguer, tandis que les petites stations en dessous de 1700 mètres ne survivront pas. (Girschik et al, 2007)

Pour la saison estivale, en revanche, Müller & Weber (2008) prévoient une augmentation de la fréquentation grâce à la fraîcheur en montagne pendant les périodes de canicule. En effet, Télévercorin SA (2016) a vu sa fréquentation augmenter de 80% lors des canicules en juillet 2015. Cette fraîcheur deviendra un nouvel avantage compétitif en faveur des stations de montagne et contre les stations balnéaires, et une nouvelle clientèle se développera parmi les personnes ne supportant plus la chaleur (Girschik et al, 2007). De plus, l'été se prolongera et l'automne deviendra une période importante, surtout les mois de septembre et octobre, la Suisse comptabilisant le moins de précipitations durant cette période (Martine Rebetez, 2016). Toutefois, il faudra être attentif aux dangers de la montagne, notamment au dégel du permafrost, qui déstabilisera les terrains, ou au risque d'intempéries plus fréquentes (Martine Rebetez, 2016 ; Weber & Müller, 2008 ; Girschik et al, 2007)

1.3.2 Tendances de la demande

Selon Weber & Müller (2008), il est nécessaire de considérer le changement de la demande dans le développement de nouveaux produits. Celui-ci se produit tant dans le comportement, les attentes que dans le type d'activités pratiquées.

Comportement et attentes des touristes de sports d'hiver

Actuellement, les touristes sont très informés et ont par conséquent des standards de qualité élevés et sont ainsi plus exigeants, tout en demandant plus de prestations pour le même prix. Ils apprécient des formules « toutes comprises » mais sont plus spontanés et imprévisibles dans leurs prises de décisions. Les clients actuels sont moins fidèles car ils se plaisent à expérimenter plusieurs destinations, dans lesquels ils souhaitent rencontrer la population locale. De plus, le plaisir, la culture, le bien-être, la relaxation et la santé ainsi que la gastronomie prennent de l'importance de même que les expériences et les contacts sociaux enrichissants. Concernant les sports de neige, la demande est toujours présente mais les clients recherchent de la variété et répartissent leur temps différemment. Ils sont à la recherche d'émotions intenses et d'expériences mais ne veulent pas s'engager durablement tout en gardant la possibilité de les renouveler sans peine. (Macchiavelli, 2009 ; Schnyder, 2013 ; Girschik et al, 2007 ; Télévercorin, 2016 ; Bieger et al, 2004)

En matière de sports d'hiver, une diminution de la pratique d'activités sportives et une baisse de la fréquence de pratique sont constatées, contrairement aux activités annexes qui augmentent. Par contre, concernant les sports d'hiver, « lorsqu'une personne participe à ce type d'activités, elle le fait en s'impliquant totalement et largement » (Bieger, et al, p.37).

Selon une enquête réalisée par Swiss Snowsports (2016, p.14), 60% des personnes interrogées parmi les personnes ayant arrêté de skier recommenceraient à pratiquer les sports d'hiver si des « offres plus attrayantes et meilleur marché » étaient disponibles, si l'accès était plus facile, si des nouveautés et des offres complémentaires étaient proposées et s'ils sont accompagnés, par une personne du même niveau par exemple. De plus, les capacités physiques de la personne, l'augmentation du temps libre et une sécurité accrue sont également des facteurs évoqués.

Activités pratiquées

Les touristes veulent moins de dépenses physiques dans les activités qu'ils pratiquent, mais plus d'activités ludiques et émotionnelles. Ainsi, bien que le ski soit toujours important et domine les activités pratiquées en hiver, celui-ci est complété par des activités variées et diversifiées, telles que des sports doux ou des activités non-sportives. Parmi ces activités se trouvent l'après-ski, les balades, la luge ou le lèche-vitrines. Le divertissement et les évènements sont également demandés. (Macchiavelli, 2009 ; Bieger et al, 2004)

Les activités douces annexes au ski rapportent cependant moins de valeur ajoutée aux prestataires et n'engendrent pas de forte croissance. Il s'agit dès lors de combiner ces activités annexes à des offres culturelles ou de bien-être. En revanche, d'autres activités comme le freestyle, les raquettes et les sports de niche sont tendances, amènent une plus grosse croissance et doivent compléter l'offre classique (Schnyder, 2013). Quelques exemples sont présentés dans le tableau 1 ci-dessous.

Tableau 1 : Sports de niche

Sport	Définition
Snowbike	« Sport de glisse se pratiquant sur un vélo dont les roues ont été remplacées par des skis » (Linternaute, 2016)
Snowkiting	Pratique du snowboard tiré par une voile
Fat boys	Skis larges
Skwal	« Discipline de ski utilisant une planche, similaire au monoski, les pieds étant placés l'un devant l'autre. » (Linternaute, 2016)
Ski joëring	Ski attelé (tiré par un cheval)
Speed riding	« Sport d'hiver consistant à dévaler une pente en skis avant de s'envoler en parapente. » (Linternaute, 2016)
Airboarding	« L'Airboard consiste à faire des descentes sur une planche gonflable la tête la première. » (France Montagnes, 2016)
Zorbing	Descente dans une sphère en plastique. (ACS, 2015)

Source: Réalisation de l'auteure selon Linternaute (2016) ; ACS (2015) ; France Montagnes (2016)

Selon une étude réalisée aux USA par The Outdoor Foundation (2011, dans Schnyder, 2013), dont les résultats sont présentés ci-dessous dans le tableau 2, le télémark, les raquettes

et le ski freestyle sont en augmentation. De plus, bien que le nombre de pratiquants en ski soit très légèrement en baisse, la part de débutants est conséquente.

Tableau 2 : Activités de sports d'hiver

	Ski alpin	Ski freestyle	Snow-board	Ski de fond	Télémark	Raquettes	Randonnée pédestre
Nombre de pratiquants	10.2 millions	3.6 millions	7.6 millions	4.3 millions	2.1 millions	4.1 millions	5.6 millions
Variation entre 2006 et 2011	-1%	+34%	+6%	+12%	+46%	+41%	+16%
Part de débutants	18%	8%	9%	4%	3%	12%	12%

Source: The Outdoor Foundation (2012) dans Schnyder (2013)

Les groupes cibles

Dans ce chapitre sont présentés les différents groupes cibles qu'il est possible d'attirer dans le cadre du tourisme alpin valaisan.

Familles – enfants & jeunes

Pour le futur développement des destinations alpines, il est essentiel « d'amener les familles et surtout les enfants à continuer la pratique des sports de neige » (Schnyder, 2013). Toutefois, la structure traditionnelle du noyau familial parents-enfants se fragilise tandis que le nombre de familles recomposées et élargies augmente. Les enfants prennent une place importante au cœur de celles-ci et sont codécideurs. Le choix d'une destination se porte souvent sur la variété d'activités proposées aux enfants. Mais celles-ci doivent prendre en compte toutes les catégories d'âge et leurs différents besoins. Elles doivent également permettre à la famille de passer du temps ensemble. Le ski est notamment attractif pour les jeunes nés entre 1995 et 2010, public-cible pouvant être atteint par le biais des réseaux sociaux. Cependant, les vacances d'hiver sont chères pour les familles. Ainsi, il est primordial d'élaborer en collaboration avec les acteurs touristiques de la station. Ce segment est important car les traditions de vacances se transmettent aux enfants. (Weed & Bull, 2009 ; grischconsulta, 2016a ; Girschik et al, 2007)

Marché domestique

Selon Plaz (2013), les destinations lointaines continueront d'être attractives, dans un futur proche. En Suisse, en revanche, l'attractivité dépendra de la modernisation des installations, qui nécessite toutefois un certain temps. Par conséquent, la compétitivité des stations suisses

par rapport aux destinations lointaines, dépendra du taux de change : s'il est favorable, il sera plus facile d'attirer des clients étrangers.

Les destinations proches seront choisies pour effectuer des séjours plus brefs mais plus fréquents, destinés au bien-être et à la relaxation (Girschik et al, 2007). Ainsi, la diminution des clients étrangers effectuant des semaines de vacances, peut être « partiellement compensée par la multiplication des courts séjours enregistrée sur les marchés de proximité » (Plaz, 2016, p.13). En plus, selon Sybille Weidemann (CP, 2016), les marchés domestiques coûtent moins cher en termes de marketing et peuvent venir plus souvent.

Selon la FST (2016b), 88% de la population suisse voyage et les voyageurs les plus fréquents sont les personnes âgées de 25 à 44 ans, suivi des personnes de plus de 65 ans. Les voyages en Suisse sont plus courts et plus fréquents tandis que 66% des voyages de plus de 4 nuits sont effectués à l'étranger. Les excursions à la journée sont fréquentes, 72.1% effectuent plus de 10 voyages par années sans nuitées (FST, 2016b). Selon Bieger et al, (2004, p.38), « la part de marché qu'obtient la Suisse dans ce domaine est proche de 100% ».

Seniors

En conséquence du vieillissement de la population, le groupe cible des seniors augmentera et dépassera même celui des familles (ZHAW, IUNR, FS TNE, & sanu, 2011). Les retraités disposent de beaucoup de temps libre (Plaz, 2013), de moyens financiers et peuvent venir en dehors des périodes de haute affluence. De plus, ils sont actifs et intéressés par la gastronomie, la culture et apprécient l'interaction sociale. Soucieux de leur santé, ils pratiquent des activités douces selon leurs aptitudes. (Girschik et al, 2007) Il faut « faire en sorte que leurs exigences soient satisfaites grâce à de nouvelles infrastructures et à de nouveaux services » (Macchiavelli, 2009, p.86)

Population immigrante

La population immigrante constitue actuellement 35 à 40 % de la population suisse. 50% des enfants de moins de 15 ans ont grandi dans un foyer avec un arrière-plan d'immigration. (grischconsulta, 2015a) Ces personnes ne connaissent pas la tradition du ski et, selon Suisse Tourisme (dans O'Dea, 2014), « 85% des enfants des immigrés, ceux que l'on nomme les secondos, ne font pas de ski. »

Ceux-ci ne disposent d'aucun équipement pour la pratique du ski (Baptiste Neurohr, CP, 2016). Afin de les attirer, il faut donc composer des forfaits incluant l'équipement (combinaison et ski) et le prix doit être attractif (José Dos Santos, CP, 2016).

Tourisme pour tous

Le tourisme pour tous ou tourisme sans barrière comprend l'offre touristique destinée aux personnes avec handicap. Cette forme de tourisme est devenue un axe stratégique du tourisme suisse. La demande de cours handiski, par exemple, est hausse. Afin de les attirer, il est essentiel que l'ensemble de la destination soit adapté à leurs besoins. (Swiss Snowsports, 2015)

Les femmes

Celles-ci décident de plus en plus souvent de ne pas avoir de famille et ont par conséquent plus de moyens financiers à disposition. Durant leurs vacances, la santé leur est particulièrement importante et « elles aspirent au bien-être : wellness, beauty, fashion, design, culture, formation, contacts sociaux, mais également recherche de partenaire » (Girschik et al, 2007).

1.4 Les Ecoles de Sports de Neige

Les Ecoles Suisses de Ski (ESS) sont dépendantes de la neige et des installations pour le ski. Ainsi, elles subissent les problématiques rencontrées par les remontées mécaniques tandis que leur ressource primaire est menacée par le changement climatique. (Fred La Sala, CP, 2016) De plus, en raison du franc fort, leurs charges sont élevées et elles ne peuvent proposer des prix attractifs (Swiss Snowsports, 2015). Par conséquent, les ESS constatent une baisse de la clientèle, notamment étrangère (Fred La Sala, CP, 2016) bien que les écoles suisses de ski soient moins fortement touchées que les remontées mécaniques ou l'hôtellerie, puisque ceux qui peuvent encore se permettre de venir en vacances en Suisse ont également les moyens de se rendre dans une ESS (Swiss Snowsports, 2015). Toutefois, selon Bétrisey (2016), « la solution ne peut en aucun cas ne concerner que les entreprises de remontées mécaniques », tandis que Hallmann, Feiler, Müller & Breuer (2012) souligne que le bon positionnement et ciblage doit concerner toute la chaîne de valeur d'une destination.

L'ESS Vercorin est une petite entreprise à gestion familiale (Corinne Neurohr, CP, 2016). Ces microentreprises, communes dans le secteur touristique, ne peuvent réaliser des économies d'échelles et sont ainsi contraintes de proposer leurs prestations à des prix élevés alors que la gestion peine à être efficace (Macchiavelli, 2009). En revanche, elles offrent une atmosphère chaleureuse et un accueil convivial et, selon Emmanuel Fragnière (CP, 2016), un meilleur service peut être développé dans de telles conditions.

Selon Swiss Snowsports (2015), les ESS ont la tâche d'aviver la passion pour les sports de neige chez les touristes en satisfaisant le besoin et les désirs des clients avec créativité,

flexibilité et un esprit pionnier, tout en coopérant avec les autres acteurs touristiques. En satisfaisant les clients, les ESS peuvent contribuer à la fidélisation de ceux-ci au sein de la destination (Fred La Sala, CP, 2016). Ces deux prestataires de service doivent se considérer comme fournisseurs d'expérience. (grischconsulta, 2016a & Swiss Snowsports, 2015)

Finalement, une critique adressée aux écoles de sports de neige concernant l'organisation scolaire des cours de ski (Maulini, 1996), tandis que le nom « école » serait trop limitatif dans le cadre d'une destination de vacances (Marie-Françoise Perruchoud-Massy, CP, 2016).

Par conséquent, suite à la présentation de ce contexte, ce travail a pour but de trouver des prestations et activités afin de pallier à ces problématiques.

2. Méthodologie

Dans un premier temps, des recherches littéraires ont été effectuées afin de cerner le contexte dans lequel évolue l'ESS Vercorin. De plus, l'étude marquant le 70^e anniversaire de Valais Tourisme « Perspectives d'avenir du tourisme valaisan » réalisée par le *Gottlieb Duttweiler Institut* ainsi que l'étude réalisée par *Grischconsulta* sur l'avenir des remontées mécaniques d'ici 2025 ont permis d'identifier les tendances futures.

Ensuite, la démarche principale a été effectuée sur le terrain au contact des prestataires touristiques de Vercorin, sous forme d'audit. Ainsi chaque entretien a été orienté vers des thèmes choisis selon le lien de l'intervenant avec la station et l'ESS Vercorin et les besoins du travail. Ces entretiens ont été réalisés sous forme de discussions ouvertes. Parmi les personnes interrogées se trouvent Jean-François Neurohr, Corinne Neurohr et Baptiste Neurohr, directeurs de l'ESS Vercorin ; Fred La Sala, Président de l'Association Valaisanne des Ecoles Suisses de Ski ; les directeurs et présidents de différents partenaires touristiques, tels que l'Office du Tourisme, la Société de Développement de Vercorin (SDV), Télévercorin SA (TVSA) et Sierre-Anniviers Marketing (SAM) ; plusieurs moniteurs de l'ESS Vercorin ; des jeunes du village ; des prestataires touristiques et des professeurs de la HES-SO Valais/Wallis en lien avec le thème du travail.

Par après, l'analyse de la destination et de l'ESS Vercorin ont été entreprises grâce à différents concepts et modèles, tels que le *Business Model Canvas*, l'analyse des ressources selon Freyer (2011), l'analyse des activités selon Weed & Bull (2009), l'analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités et menaces) et un *Benchmarking*. Le livre de Cécile Clergeau (2014) « Management des entreprises du tourisme. Stratégie et organisation » a également permis d'effectuer l'analyse de l'ESS Vercorin. En revanche, aucune analyse financière n'a été réalisée sur demande du mandant.

Dans le cadre de ce travail, différentes présentations et des conférences ont également été suivies, dont la conférence sur le changement climatique et le tourisme de montagne donné par Martine Rebetez sur le site de l'UNIL à Sion.

Pour le développement de nouveaux produits touristiques, le rapport de recherche de la commission canadienne du tourisme « Définir le produit touristique de demain. La forfaitisation d'expériences » et le manuel « Le tourisme – tout naturellement ! De l'idée au produit touristique intégrant la nature et la culture en passant par l'analyse du marché ».

Malheureusement, le questionnaire destiné aux clients de Vercorin n'a pas pu être effectué car ni l'OT ni l'ESS ne disposent d'une base de clients et les données reçues ne suffisaient pas à l'obtention d'un nombre représentatif des clients. En revanche, les discussions avec différents partenaires ont permis d'en savoir plus sur les clients. Enfin l'étude « A l'écoute de nos hôtes », réalisée par l'Observatoire Valaisan du Tourisme, et différentes statistiques ont permis de compléter les informations.

3. Revue littéraire

3.1 L'expérience et les sports de neige

Selon Hallmann et al (2012), La pratique des sports de neige influence l'expérience perçue par le touriste et celle-ci est favorisée par une combinaison d'activités pratiquées.

L'expérience est une notion large, toutefois selon Weed (2008), dans le tourisme de sport l'expérience a lieu lorsque les éléments activité, lieu et personne sont combinés. Ainsi en pratiquant une activité, les touristes veulent voir et expérimenter la nature, tout en comprenant la vie et les loisirs des personnes locales (Weed, 2008). Une expérience peut aussi se contenter d'un petit détail attentionné durant la prestation d'un service en offrant une prestation supplémentaire ou s'étendre à la mise en scène entière du service (Hallmann et al, 2012 ; Laliberté, 2005). De plus, pour le client il est essentiel d'interagir et d'être stimulé émotionnellement, ce qui lui permet de s'enrichir (Laliberté, 2005). L'expérience laissera un souvenir inoubliable, créera de la valeur ajoutée et contribuera à la satisfaction du client, qui le racontera à ses connaissances. De cette manière, une entreprise peut se différencier de la concurrence et se créer un avantage compétitif. Il est dès lors nécessaire d'étendre le réseau du bouche-à-oreille par les moyens numériques (Perroy, 2015).

Créer une expérience touristique revient à mettre le client au centre de son service et de produire des bénéfices pour celui-ci (Perroy, 2015). Toutefois selon Kreziak & Frochot (2011) les prestataires d'offre et les destinations intègrent cette approche d'expérience en la centrant

sur l'offre, guidant ainsi le touriste pas à pas et le considérant passif. Mais le client veut être « acteur et réalisateur des expériences même en vacances : nouer des contacts avec des êtres humains véridiques et non pas avec des prestataires ou des responsables de prestations formés uniformément » (Girschik et al, p.11). Les consommateurs utilisent et transforment les offres et ressources mises à leur disposition afin de créer leur propre expérience selon les objectifs qu'ils se sont fixés. Ainsi, il faut piloter l'expérience touristique mais laisser de l'espace pour l'autoproduction (Kreziak & Frochot, 2011).

De plus, l'expérience étant ressentie personnellement, il est important de mettre en adéquation la bonne expérience avec le bon client (Hallmann et al, 2012 ; Laliberté, 2005). De manière générale, les expériences les plus recherchées sont celles permettant d'intégrer la communauté locale, d'échanger avec les habitants et de prendre part aux activités de la population (Commission canadienne du tourisme, 2004).

De plus, Kreziak et Jones (2011) identifient trois aspects créant de la valeur dans la consommation du ski dans le cadre de l'expérience. Premièrement, les touristes pratiquent le ski pour se créer une identité correspondant à l'image sportive qu'ils souhaitent se donner car le ski est un sport facilement praticable sans entraînements réguliers. De plus, il permet de se détendre, de se remettre en forme et d'oublier le stress quotidien. Deuxièmement, les vacances de ski en station sont utilisées pour se retrouver en groupe, le choix des compagnons est donc important et défini selon les besoins. Outre les réunions de famille, de plus en plus d'hommes jeunes et moins jeunes profitent de se retrouver dans ce contexte. Finalement, le ski peut être considéré comme un moyen permettant de se rapprocher du monde féérique de la montagne. Dans cette approche, le décor alpin constitué du bois, de la neige et des sapins est la base de l'expérience.

Les autres avantages de l'expérience perçue lors des sports pratiqués en montagne sont « la socialisation, l'enthousiasme, l'enrichissement et la relaxation » (ma traduction) (Hallmann et al, 2012). Dans les sports de glisses, contrairement aux autres pratiques sportives où la performance et l'effort sont primaires, « l'épanouissement personnel, l'hédonisme, le plaisir et la liberté deviennent de nouvelles normes sportives et s'expriment dans les rapports que les pratiquants entretiennent avec leur corps, avec les autres et avec l'espace » (Bourdeau, 2007, p.38).

Finalement, Maulini (1996) souligne que les enfants apprécient plus l'enseignement d'un sport d'hiver dans lequel ils n'ont pas l'impression d'apprendre contrairement aux écoles suisses de ski qui sont organisées de manière scolaire. Cette organisation est représentée par « les groupes homogènes, maître omniscient, décomposition et répétition des mouvements, verbiage explicatif, discipline de fer et pédagogie contraignante et scolaire » (Maulini, 1996,

p.3). En revanche, l'impression de ne pas apprendre peut être atteinte d'une part en considérant le moniteur « comme un copain qui conseille et un leader incontesté pour sa compétence et son comportement » (Maulini, 1996, p.3) et d'autre part en se basant sur un cours avec « une organisation souple orientée vers l'autonomie, le plaisir et le sens des limites » (Maulini, 1996, p.3). Ainsi, l'auteur propose de « stimuler et exploiter la curiosité et les questions des élèves » pour ne pas « réduire la créativité à néant », « problématiser les situations » afin que les élèves trouvent « des stratégies permettant de résoudre le problème » et « renoncer aux prescriptions motrices » (Maulini, 1996, p.3).

3.2 Fidélisation et destinations alpines

« Le futur succès des stations de montagne dans le domaine du marché des sports d'hiver est intimement lié à leur capacité à attirer les amateurs de glisse débutants et à les fidéliser, au moment où les enfants du baby-boom quittent le marché du ski et sont remplacés par des jeunes adultes ou des enfants ». (Mc Cune, 1994 et Parker, 1998 dans Bieger, et al, 2004, p.35) Selon Weed & Bull (2009), le tourisme de sport a ce pouvoir de générer des visites régulières pour des groupes et des familles.

D'une part, cette fidélisation est importante « vu le nombre limité de personnes qui effectuent des voyages multiples » (Bieger et al, 2004, p. 40) et, concernant les sports d'hiver, « lorsqu'une personne participe à ce genre d'activités, elle le fait en s'impliquant totalement et largement » (Bieger et al, 2004, p.37). D'une autre part, la fidélisation coûte moins cher à une entreprise ou à une destination que d'acquérir de nouveaux touristes (Clergeau, 2014). Toutefois, selon l'Observatoire Valaisan du Tourisme (2016), la fidélisation évolue. Bien que la dimension affective soit toujours présente, la fidélité comprend actuellement également le fait de suivre une destination sur les réseaux sociaux.

Les entreprises voulant fidéliser leurs clients cherchent à « créer chez eux un lien affectif et de leur donner des raisons de revenir » en composant de nouveaux produits et en ranimant les anciens (Commission canadienne du tourisme, 2004, p.2).

Une station serait d'autant plus attractive si elle propose les bonnes ressources selon l'expérience choisie par les consommateurs. Toutefois, une destination « occupe une place relativement discrète, apparaissant en termes de décor et de support matériel de certaines activités » (Kreziak & Frochot, 2011, p.11). Ainsi, pour être attractive, une destination doit mettre des ressources à disposition. (Kreziak & Frochot, 2011) Selon Macchiavelli (2009, p.92), « le grand défi que toutes les destinations touristiques alpines doivent affronter est celui, d'un côté de savoir saisir le changement de la demande et savoir interpréter les nouvelles

exigences, et de l'autre celui de savoir réinterpréter les ressources dont elle dispose à la lumière des nouvelles attentes de la clientèle ».

De plus, « plus il existe d'options en termes d'activités, plus une destination de sports d'hiver est capable d'attirer les vacanciers. » (Bieger et al, 2004, p. 39) Ces activités doivent non seulement être sportives mais également culturelles. Cependant, les touristes recherchant de la variété dans leurs vacances, il est de plus en plus difficile de les fidéliser. Ainsi, « les destinations devraient coopérer pour les fidéliser, en les retenant au moins à l'intérieur de leur système » (Bieger et al, 2004, p.40). Un autre moyen de fidéliser les clients est de créer « un échange régulier d'information, la proposition de prestations spécifiques et adaptés, des programmes de fidélité et bien sûr des avantages offerts en récompense de la fidélité du client. » (Clergeau, 2014, p. 295).

Selon Jean-Marc Silva, Directeur de France Montagnes, « les petites stations ont aujourd'hui une carte à jouer avec un très bon rapport qualité/prix, en créant de l'émotion, en ouvrant la voie à de nouvelles pratiques, en jouant la complémentarité, en respectant l'environnement » (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015a).

3.3 Stratégies du tourisme de sport

Weed & Bull (2009) ont élaboré des stratégies destinées aux fournisseurs de tourisme de sport afin d'attirer et fidéliser des clients. La première concerne les personnes qui ont l'intention de faire du sport durant leurs vacances et pour qui ce facteur entre souvent en compte lors du choix de la destination. Mais finalement, une fois sur place, ces personnes ne pratiquent pas de sport. Pour attirer ces clients au sein de la destination, il faut proposer plus d'activités que réalisable par le prestataire en sachant que tous n'en feront pas. En revanche, pour attirer les clients au sein d'entreprises de sport des rabais spéciaux « première fois », des weekends d'initiation sous forme de forfait ou liés à des événements peuvent être proposés, le but étant de faciliter au maximum la réservation en un seul clic. (Weed & Bull, 2009)

Une fois convertis, la deuxième stratégie vise à générer des visites répétitives plus longues et plus chères. L'expérience offerte est connue par le client et doit combiner des ressources qui ne sont pas disponibles à son domicile. Ensuite, le profil de participation peut être étendu en amenant le touriste à expérimenter un autre type de sport. Afin d'atteindre cela, les touristes doivent voir les participants pratiquer une autre activité ou pouvoir interagir avec eux. Ainsi, une même place devrait varier les activités. Le marketing coopératif entre différents partenaires est également une solution. En promouvant mutuellement les activités des partenaires, plus de clients complémentaires peuvent être attirés. Cette stratégie est surtout

destinée à des clients réguliers au sein d'une destination, mais peut également être entreprise avec d'autres destinations, surtout si les clients ne sont pas fidèles. (Weed & Bull, 2009)

Un autre type de clients identifiés par Weed & Bull (2009) sont les personnes n'ayant pas pris en compte l'offre sportive dans le choix de leur destination. Afin de les convertir, il faut capter leur attention spontanément, soit lorsqu'ils se renseignent sur leur destination, soit une fois arrivés à destination. Par conséquent, il faut s'assurer que l'information soit disponible au bon endroit au bon moment, à l'endroit de l'hébergement.

Finalement, la dernière stratégie vise plutôt les Tour Opérateur (TO). En incluant des activités sportives dans leurs prestations, ils créent plus de valeur pour leurs clients et se dotent ainsi d'avantages compétitifs. (Weed & Bull, 2009)

4. Vercorin

Dans cette partie sont présentés, dans un premier temps, le développement du tourisme à Vercorin, son organisation touristique et le positionnement de la station. Ensuite, l'offre disponible est analysée, ainsi que les activités qui y sont proposées et la demande actuelle.

4.1 Développement et organisation du tourisme

4.1.1 Développement

Le tourisme à Vercorin et le peuplement du village sont étroitement liés. En effet, le village était voué à l'abandon au profit de la plaine où l'agriculture offrait de meilleures conditions de vie qu'en montagne et où des emplois furent créés suite à l'ouverture de l'usine de Chippis. Grâce à l'arrivée du tourisme, le village s'est développé et « est devenu attrayant, avec son infrastructure sportive, ses services, le contact possible avec une clientèle cosmopolite » (SDV, 1997, p.16) Des sociétés locales et musicales ont vu le jour et contribué à l'animation du village. L'équipe du curling-club de Vercorin fut même championne Suisse en 1985. (SDV, 1997)

Puis, en 1947, les habitants créèrent la Société de Développement de Vercorin (SDV) dans le but d'améliorer l'offre touristique et s'occupèrent des infrastructures du village et de la promotion. Le tourisme était alors une affaire privée résultant de la participation bénévole des villageois. « Pour apporter des améliorations à l'offre touristique et embellir le village, on instaure les journées de corvées » (SDV, 1997, p.7). Les acteurs publics n'apportaient pas leur soutien et le financement était réalisé par des investisseurs privés et la mise en place de taxes de séjour et de cotisations. Ceci permettait la réalisation de quelques projets comme le goudronnage des routes, la signalisation des promenades et des actions publicitaires en

Suisse et à l'étranger. Malgré les difficultés financières rencontrées pour l'investissement d'infrastructures, la SDV était très active tant dans l'animation que dans la promotion en éditant des brochures, en planifiant des actions publicitaires, tandis que le balayage des routes et le ramassage des déchets étaient effectués par les membres. Parmi toutes les animations et promotions organisées autrefois se trouvaient entre autre la fête au village, diffusée en direct toute la journée sur les ondes de la Radio Romande, les émissions de TV à Vercorin, un défilé de mode, la fête romande du carillon et de la musique populaire et un concours hippique annuel. Des actions comme deux semaines de ski pour le prix d'une étaient également proposées. Vercorin enregistrait alors le plus de nuitées de tous les villages de la région Anniviers. (SDV, 1997)

En raison d'un manque de communication claire et d'une absence de vision commune, un clivage entre la plaine et la montagne s'est peu à peu créé. Suite à ces conflits, le développement touristique de Vercorin a été pénalisé et freiné et Vercorin a perdu sa place de leader dans la région. Puis, les rôles ont été redéfinis clairement dans une charte de responsabilités entre la SDV et la Commune de Chalais. La SDV fut chargée de l'animation, de l'accueil et de la promotion, et la Commune des infrastructures et de leur entretien. La nouvelle loi valaisanne sur le tourisme de 1996 a également contribué à la prise de responsabilités des communes dans le développement des stations. La SDV est restructurée et devient *Vercorin Tourisme*, tandis que la Commune augmente son influence sur le développement du village puisque cette nouvelle organisation est « sous la houlette du président de la Commune » (SDV, 1997, p.45). Puis, celle-ci a encore renforcé son influence en devenant, lors de la construction de la nouvelle télécabine, l'actionnaire majoritaire avec 49% des actions de TVSA. Il s'agit de la première télécabine panoramique de 10 places en Suisse. (SDV, 1997 ; Zuber, 2016 ; Télévercorin SA, 2016 ; Marie-Françoise Perrucoud-Massy, CP, 2016)

4.1.2 Acteurs de l'organisation touristique

Sous ce chapitre sont décrits les acteurs responsables du développement du tourisme à Vercorin.

Commune de Chalais

Comme expliqué dans le paragraphe consacré au développement du tourisme, la Commune de Chalais a pris de l'influence dans le développement du tourisme dès la nouvelle loi sur le tourisme de 1996 puis l'a renforcée en devenant actionnaire de la nouvelle télécabine. Aujourd'hui, elle pilote le développement touristique par le biais du conseil communal. Elle est la plus grande actionnaire de TVSA, subventionne Vercorin Tourisme, finance les

infrastructures et prend les décisions. Elle représente ainsi l'aspect législatif du tourisme à Vercorin. (Arian Kovacic, CP, 2016 ; Marie-Françoise Perruchoud-Massy, CP, 2016)

Tableau 3 : Subsidés versées par la Commune de Chalais

Subsidés	Montant
Subsidés animation	10'000.00
Subside publicité	10'000.00
Subsidés locaux OT	25'000.00
Subsidés Fête Nationale	5'500.00
Subsidés fonctionnement	6'500.00
Total	57'000.00

Source: Réalisation de l'auteure selon Vercorin Tourisme (2015)

Vercorin Tourisme

Vercorin Tourisme est composé de l'Office du Tourisme (OT) et de la SDV Toutefois, ceux-ci sont souvent mis en commun lors des discussions et la SDV ne se réunit plus qu'occasionnellement. (Alban Mathieu, CP, 2016 ; Jean-François Neurohr, CP, 2016 ; Marie-Françoise Perruchoud-Massy, CP, 2016).

Actuellement, Vercorin Tourisme est responsable de l'accueil, de l'animation et de la promotion touristique ainsi que de l'encaissement des taxes de séjour et représente ainsi l'aspect exécutif du tourisme (Arian Kovacic, CP, 2016). Les principales sources de financement de Vercorin Tourisme proviennent des taxes touristiques, des subventions de la Commune de Chalais et cotisations des membres ainsi que du résultat des animations et des ventes diverses effectuées par l'OT. Quant aux charges, la majorité est liée aux frais de personnel. L'OT de Vercorin emploie un directeur, une responsable animations et deux stagiaires. (Vercorin Tourisme, 2015) Puis,

un budget conséquent est lié la promotion dont la majorité (51%) est versé à Sierre-Anniviers Marketing (SAM) pour les promotions communes de la région Sierre-Anniviers. 17% du budget est consacré à la création de brochures d'information, affiches et autres impressions. Ensuite, environ 25'000 CHF, soit 31%, sont disponibles pour assurer la promotion régionale. Toutefois, celles-ci coûtent chères et les actions sont limitées (Arian Kovacic, CP, 2016). Une cotisation

Figure 3 : Budget promotion et publicité de Vercorin Tourisme



Source: Réalisation de l'auteure selon Vercorin Tourisme (2015)

annuelle de 1'100 CHF est également versée à Valais Tourisme afin d'assurer la promotion cantonale et participer à leurs actions. Le financement du site internet et des réseaux sociaux ne figurent pas dans le graphique ci-dessous car celui-ci est pris en charge par Sierre-Anniviers Marketing.

Autres acteurs

Selon Arian Kovacic (CP, 2016), l'organisation présentée précédemment représente l'organisation officielle, mais d'autres acteurs ont également pris de l'influence dans le tourisme à Vercorin. Il s'agit notamment de TVSA et du Bureau d'Affaires touristiques (BAT). Le premier est le pilier du tourisme vercorinard et les autres acteurs sont dépendants de celui-ci (Arian Kovacic, CP, 2016). De plus, le Président Alain Perruchoud et le nouveau vice-président Patrick Rudaz sont tous les deux membres du conseil d'administration. Quant au BAT, il détient la majorité de l'immobilier à Vercorin (SDV, 1997) et son directeur fait également partie du conseil d'administration de TVSA.

Stratégie STRATOUR

Cette année, un groupe de consultation a été mis en place afin d'élaborer une nouvelle stratégie touristique pour le village de Vercorin. Ce groupe est piloté par le conseil communal et est organisé en différents groupes de travail, en fonction des parties prenantes de Vercorin. Chaque groupe est représenté par un responsable et les groupes de travail suivants ont été formés :

- Les habitants de Vercorin
- Les propriétaires des résidences secondaires
- La Société de Développement de Vercorin (SDV)
- Les hôteliers et restaurateurs
- Les habitants de Chalais, Réchy et Briey
- Autres commerces, agences et entreprises

De plus, TVSA, l'OT et le conseil communal sont également représentés. Le but de cette stratégie est « d'avoir une vision claire et précise, des priorités pour le développement et des projets futurs » (Kovacic, 2016).

Organes touristiques supérieures

Sierre-Anniviers Marketing (SAM)

SAM est composé des communes, des sociétés de développement et des offices du tourisme des trois destinations de la région Sierre-Anniviers : Vercorin, Anniviers et Sierre et Régions (Ville de Sierre, Salgesch, Chippis, Grône/Loye, Miège, Venthône et Veyras). Sous Anniviers sont regroupés Grimentz, Zinal, St-Luc et Chandolin. (Vercorin Tourisme, 2015)

Chaque destination verse un montant défini à Sierre-Anniviers Marketing afin de financer la promotion collective de la région, la commercialisation de produits et le site internet commun. Ce budget a été augmenté de 500'000 CHF afin d'intensifier les actions marketing pour faire face au franc fort, dans le but de ne pas enregistrer une diminution des nuitées. La promotion réalisée par SAM est axée sur un public externe au Valais (Julien Petit, directeur de Sierre-Anniviers Marketing CP, 2016). Ainsi la promotion a été renforcée en Suisse romande et alémanique ainsi qu'à l'étranger. SAM est présent lors de foires et de salon en Belgique, Allemagne, Hollande et France et collabore avec « La Maison de la Montagne » en France et avec divers Tour Operateur (TO). En Suisse, ils participent à des actions *Snow'n'Rail* et fait paraître des publications dans des magazines. Elle entretient un blog et des réseaux sociaux, réalise des vidéos promotionnelles, accueillent des journalistes belges, néerlandais, allemands, français, danois et entretiennent des relations BtoB (Business To Business). (Vercorin Tourisme, 2015 ; Julien Petit, CP, 2016)

D'une autre part, SAM s'occupe également de commercialiser des produits via sa plateforme de réservation. Outre les packages déjà existants, présentés sous le point « 4.3.1 Présentation des activités », SAM cherche à développer des produits ciblés, incluant la plaine et la montagne (Julien Petit, CP, 2016).

Echelle cantonale et nationale

A l'échelle cantonale, Valais Wallis Promotion (VWP) est responsable de la promotion de la destination Valais. Sur le plan national, c'est Suisse Tourisme qui est chargé de la promotion du pays à l'étranger.

4.2 Positionnement de Vercorin

Selon les propos recueillis par la SDV (1997) auprès des personnalités ayant forgé le tourisme vercorinard et des différentes personnes interrogées dans le cadre de ce travail, Vercorin a toujours été positionné comme un village touristique paisible et calme avec une atmosphère conviviale et accueillante dont le développement a su garder le charme authentique et familial. De plus, le village propose nature, histoire et culture. Ce charme et l'atmosphère familiale pour laquelle Vercorin est connue, ont contribué à la fidélisation des familles pratiquant du sport et des personnes désirant se ressourcer dans la nature. De plus, Vercorin est doté d'une situation exceptionnelle avec un accès rapide depuis la plaine, un très bon ensoleillement et la proximité du Vallon de Réchy, site protégé et inscrit « à l'inventaire fédéral des paysages, sites et monuments naturels d'importance nationale depuis 1998 » (Val d'Hérens, 2016). La qualité des pistes est appréciée par des clients et Vercorin est un lieu idéal pour l'apprentissage des sports d'hiver.

Les principaux points d'attraction du village sont :

- la télécabine, permettant d'accéder aux pistes de ski l'hiver et aux activités estivales ;
- le Vieux Village qui dégage une atmosphère particulière et propose culture et histoire ;
- la réserve naturelle protégée du Vallon de Réchy.

Lors de la création de la stratégie touristique de Vercorin, une vision touristique de Vercorin a été développée et est formulée selon les trois points suivants (Kovacic, 2016) :

- « Vercorin est un village connu, apprécié et recherché pour son authenticité, sa qualité de vie, son patrimoine et ses richesses naturelles. ;
- Nous sommes un village touristique inscrit dans une destination valaisanne qui permet aux visiteurs de s'évader du quotidien et de prendre du temps pour mieux vivre. ;
- Dans une ambiance conviviale et chaleureuse, Vercorin offre des prestations de qualité avec un accueil irréprochable ».

Afin d'atteindre cette vision, six stratégies ont été élaborées par la commission Stratour :

1. « Nous offrons des prestations diversifiées, authentiques et de qualité. »
2. « Nous créons une ambiance conviviale et chaleureuse avec un accueil irréprochable. »
3. « Nous faisons partager et évoluer la vision entre les acteurs économiques, la population et les résidents secondaires. »
4. « Nous veillons à ce que les prestations soient cohérentes avec la chaîne de valeur, connues et au bénéfice de tous les acteurs. »
5. « Nous renforçons les collaborations intercommunales et régionales. »
6. « Nous favorisons le développement durable. »

(Kovacic, 2016)

4.3 Analyse de l'offre

Afin d'exposer l'offre touristique de Vercorin, le concept d'offre originelle et d'offre dérivée des ressources touristiques établi par Freyer (2011) a été utilisé.

Selon Freyer (2011) l'offre touristique est séparée entre l'offre originelle et l'offre dérivée, dont les éléments sont exposés dans le tableau 4 ci-dessous. Deux tableaux ont été créés afin de présenter l'offre de manière détaillée et se trouvent en annexes IV et V.

Tableau 4 : Concept de l'offre originelle et de l'offre dérivée

Offre touristique	
Offre originelle	Offre dérivée
Ressources naturelles <ul style="list-style-type: none"> - Paysage, topographie - Flore et faune - Climat et météo - Monuments naturels 	Infrastructures touristiques générales <ul style="list-style-type: none"> - Hébergement et restauration - Organisations touristiques - Transports touristiques - Organes touristiques supérieurs
Offre socio-culturelle <ul style="list-style-type: none"> - Culture, tradition, coutumes - Langue, mentalité, hospitalité - Monuments historiques, culturels ou techniques 	Infrastructures de loisirs <ul style="list-style-type: none"> - Loisirs: Sport et culture - Manifestations et événements - Chemins pédestres et VTT
Infrastructures générales <ul style="list-style-type: none"> - Système politique et social, éducation - Approvisionnement et évacuation - Communication et transport 	Offre touristique spécifique <ul style="list-style-type: none"> - Wellness, Bains thermaux - Foires, conférences, expositions - Evènements

Source: Réalisation de l'auteure selon Freyer (2011)

4.2.1 Offre originelle

L'offre originelle comprend les ressources naturelles liées à la situation topographique, l'offre socio-culturelle façonnée par les habitants et les infrastructures générales telles que les réseaux routiers, le traitement des déchets, l'eau potable. Cette offre n'est pas forcément en lien direct avec le tourisme (Freyer, 2011).

Ressources naturelles

Situé sur un plateau au-dessus de Chalais, le village valaisan de Vercorin surplombe la Vallée du Rhône du haut de ses 1330m d'altitude. Il est bordé à l'ouest par la réserve naturelle du Vallon de Réchy, réputée pour sa nature intacte, sa beauté sauvage et sa faune locale. A l'est se trouve le Val d'Anniviers, composé des destinations de St-Luc/Chandolin et Grimentz-Zinal. Etabli au-dessus de Sierre, la cité du Soleil, Vercorin jouit également de cet ensoleillement particulier et du microclimat du Valais Central. D'un côté du village s'élève le Mont, offrant de belles promenades à proximité du village tandis que de l'autre se trouve le Crêt-du-Midi (2332m) en face duquel se dresse la Brentaz (2644m). Dans cette direction, il est possible de rejoindre le village de Grimentz par les cimes. De plus, Vercorin est situé sur un versant arrondi, offrant ainsi plusieurs expositions différentes. Ceux-ci sont composés de nombreuses forêts dans lesquels vivent biches, cerfs, chamois et écureuils, que les randonneurs croisent régulièrement, ou plus haut des marmottes. La flore locale est diversifiée

et se pare des plus belles couleurs en automne, offrant un spectacle naturel magnifique. Finalement, les bisses représentent un patrimoine important. Autrefois ils servaient à l'irrigation des champs, tandis qu'aujourd'hui ils offrent des promenades paisibles et accessibles.

Offre socio-culturelle

Vercorin ayant été autrefois un village de paysans, de nombreuses traditions et fêtes sont liées à l'agriculture. Ainsi, l'Inalpe et la Désalpe constituent deux fêtes importantes. Lors de l'Inalpe, les vaches sont amenées à l'alpage et des combats de reines ont lieu. Lors de la Désalpe, les vaches sont ramenées à l'étable et défilent dans le village avec leurs couronnes de fleurs. La chasse constitue également une tradition importante pour les habitants de la région. Chaque année, durant quelques semaines les chasseurs sont autorisés à abattre du gibier de manière réglementée. Celles-ci sont ensuite préparées et de nombreuses spécialités peuvent être dégustées dans les restaurants locaux. La culture de la vigne et le vin sont également importants. Ainsi, plusieurs caves se trouvent dans la région de Vercorin. Finalement, la tradition des Mayens marque le développement de Vercorin. En effet, beaucoup de familles valaisannes possèdent un mayen en altitude dans lequel elles passent leurs vacances et les weekends.

La mentalité vercorinarde est très familiale et conviviale. D'une part, car les gens habitant le village se connaissent et se retrouvent régulièrement lors de moments conviviaux et d'autre part car la plupart des visiteurs venant régulièrement créent des liens avec les villageois et s'intègrent à la vie locale. Toutefois, la culture montagnarde se retrouve également à Vercorin, caractérisée par « l'individualisme atavique du Valaisan et des concurrences stériles » (Bétrisey, 2016, p.29). Selon Macchiavelli (2009, p. 87), cette culture montagnarde freine l'innovation et engendre « des difficultés à mettre en place des partenariats territoriaux pour la construction d'une destination intégrée et d'une offre globale ».

Parmi les monuments historiques se trouvent les greniers et raccards qui confèrent à Vercorin son charme et son authenticité. Le Château de Chastonay est également un monument important ainsi que l'Eglise de Vercorin et son clocher datant du 16^e siècle. La demeure du peintre Edouard Vallet, dans lequel il habita de 1913 à 1928, se trouve également dans le Vieux Village de Vercorin ainsi que le Parc à Mouton et la Maison Bourgeoise, lieux de rencontre pour les manifestations locales.

Infrastructures générales

Politiquement, Vercorin fait partie de la Commune de Chalais. La relation entre le village de plaine et celui de montagne n'a pas toujours été facile et de nombreux conflits en ont résulté (Marie-Françoise Perruchoud-Massy, CP, 2016 ; SDV, 1997). Si autrefois le développement

touristique de Vercorin était géré par la SDV, aujourd'hui c'est la Commune qui le pilote par le biais de son conseil communal. Celui-ci est composé de 5 membres et se constitue de 3 sièges PLR et 2 sièges PDC.

Vercorin dispose d'un centre scolaire et comprenant une salle de gym. L'école propose un horaire continu afin de se différencier de l'école de Chalais. Ainsi, les élèves terminent les cours entre 14h05 et 14h20. De plus, Vercorin exploite depuis 2016 une UAPE (Unité d'Accueil pour la Petite Enfance). L'éducation secondaire se fait ensuite au Cycle d'Orientation de Grône et le Collège à Sion.

Plusieurs sociétés locales existent au sein du village. Parmi les clubs sportifs se trouvent le Ski-Club Brentaz Vercorin ainsi que le Ski-Club Chalais Vercorin, le Tennis Club et le Club de Unihockey. Le club des aînés de l'Age d'Or organise régulièrement des sorties pour les seniors, tandis que plusieurs habitants de Vercorin font partie du Chœur mixte de l'Espérance. L'Association la Véranda est également active dans la station. Celle-ci organise des soirées thématiques, des conférences, des stages, des projections de films pour les habitants et les touristes et soutient un projet au Chili, tandis que l'Association des « P'tits Montagnards » appuie la (re)création d'une structure de garde à Vercorin vise l'obtention du label « Famille Bienvenue ». Des habitants proposent des séances de yoga, de relaxation, de qi-gong ou encore de stretching. La Fondation Edouard Vallet a été créée en 2011 et organise des expositions, des conférences et des séminaires en l'honneur de l'artiste. Finalement, Vercorin dispose également d'une bibliothèque en collaboration avec celle de Chalais.

Concernant la santé, Vercorin bénéficie des services du centre médico-social de Sierre et des visites hebdomadaires d'un médecin. La pharmacie de Chalais livre les médicaments par le téléphérique.

Afin de s'approvisionner, un magasin de la chaîne « Edelweiss Market » se situe sur la route de la Télécabine, un kiosque et une boulangerie se trouvent à l'entrée du Vieux Village. Le marché de fruits et légumes a lieu tous les samedis. Virage Sports situé sur la route principale vend et loue des articles de sport. Vercorin dispose également d'un office de Poste et d'une banque Raiffeisen avec un distributeur automatique.

Finalement, trois routes accèdent à Vercorin. Deux depuis la plaine, de Chalais et Grône et une par Pinsec et Mayoux. Le téléphérique relie Vercorin à la plaine chaque 15 minutes et le car postal assure quatre liaisons quotidiennes. La gare la plus proche se trouve à Sierre et des bus Ballestraz et des cars postaux desservent le départ du téléphérique. Un nouveau projet pour le téléphérique est en cours, augmentant la capacité des cabines à 60 places. En plaine, la Ville de Sierre met en place une ligne de bus régulière desservant l'arrêt du téléphérique à Chalais.

4.2.2 Offre dérivée

L'offre dérivée est spécialement conçue pour le tourisme et propose des prestations complétant l'offre originelle. Ainsi elle est constituée des infrastructures touristiques, des infrastructures de loisirs et de l'offre touristique spécifique. (Freyer, 2011)

Infrastructures touristiques

Vercorin compte 104 lits hôteliers répartis entre l'Hôtel Victoria***, l'Hôtel des Mayens**, l'Hostellerie d'Orzival** et les Mazots de la Source (huit mazots de charme, certains avec jacuzzi). Un petit spa privé est également prévu à l'Hôtel Victoria rénové en 2015 avec cachet (Lucie, Athimon, CP, 2016). L'Hôtel des Mayens et l'Hostellerie d'Orzival en revanche sont vieillissants (Anonyme, CP, 2016). Un nouveau projet est en cours pour ce dernier, tandis qu'à l'Hôtel des Mayens les chambres sont rénovées petit à petit. 505 lits sont disponibles dans des hébergements de groupe répartis dans la station ainsi que sur le domaine skiable. De plus, la Pension la Forêt est entièrement aménagée afin d'accueillir des personnes à mobilité réduite et reçoit régulièrement des camps de l'Association Valaisanne d'aide aux personnes handicapées mentales (ASA Valais) propriétaire de la Pension. Dans le cadre de ces camps, des activités y sont organisées.

De plus, 720 lits dans des chalets ou appartements sont disponibles à la location via une des deux agences immobilière de Vercorin. D'autres logements sont loués par des privés. Finalement, deux chambres d'hôtes proposent 7 lits.

Afin de véhiculer les touristes au sein de la station, trois lignes de bus navette gratuites ont été mis en place. Celles-ci partent de la télécabine et desservent l'arrivée du Téléphérique ainsi que les deux versants de Vercorin, les Liches et le Mont. De plus, une nouvelle navette, payante, a été établie entre Vercorin et Vissoie afin d'offrir la possibilité aux touristes de se promener dans la région d'Anniviers. La télécabine de Vercorin amène les clients aisément au Crêt-du-Midi afin de profiter du domaine skiable l'hiver et du réseau de chemins pédestre l'été, ainsi qu'un accès plus rapide au Vallon de Réchy.

Infrastructures de loisirs

Les attractions principales de Vercorin durant la saison hivernale sont le domaine skiable et le Centre sportif du Lavioz. Le domaine skiable propose 35km de pistes, un snowpark, une zone 20km/h avec des bosses et un petit slalom. Par ailleurs, deux pistes sont homologuées pour des courses et accueillent des compétitions locales de ski alpin. De plus, le domaine skiable contient de nombreuses forêts appréciées par les amateurs de freeride et dissipent le brouillard.

Le Centre sportif du Laviroz est composé du Jardin des Neiges, d'une piste de Snowtubing, d'une patinoire naturelle, d'une place de jeux et d'une buvette avec terrasses, jardin d'hiver et dortoir. En été, un tennis se trouve à la place de la patinoire. Deux trampolines, une piscine gonflable, une slack-line, une table de ping-pong sont à disposition des clients. De plus, un terrain de foot et un terrain de beach-volley sont aménagés. Au centre du village se trouve une autre place de jeux, actuellement en rénovation. Des tables de pic-nics sont disponibles dans la station. Malheureusement, elles sont peu utilisées et en mauvais état.

Le parapente constitue une activité phare été comme hiver et deux rampes de départs, dont une au sommet du Crêt-du-Midi ont été installées. L'école de parapente Twist'Air propose des vols en tandem, des stages et des cours de parapente. D'un point de vue culturel, Vercorin dispose du musée Edouard Vallet, la visite du Vieux Village et l'exposition R&Art.

Finalement, la station a aménagé un vaste réseau de randonnées et des sentiers VTT, homologués par le TCS. En hiver, il est possible de pratiquer du ski de randonnée (peaux de phoques) ou de faire des balades en raquettes. Ces activités ne nécessitent aucune infrastructure particulière. Douze nouveaux itinéraires didactiques ont été inaugurés sur le territoire de la Commune, de même qu'un parcours VITA, au Mont.

Offre touristique spécifique

Selon Freyer (2011), l'offre touristique spécifique est composée de l'offre de bien-être, d'autres événements et de foires, conférences ou expositions. Vercorin ne dispose pas de centre de bien-être. Des jacuzzis réservés aux clients se trouvent dans le lodge des Mazots de la Source. Toutefois plusieurs personnes indépendantes proposent des cours de yoga, relaxation et qi-gong. Selon Romaine Bovier (CP, 2016), le yoga peut amener la même détente musculaire que des bains thermaux. L'Association la Véranda propose occasionnellement des conférences, tandis que le musée Edouard Vallet organise des expositions.

Les autres activités sportives et les manifestations organisées à Vercorin sont décrites plus en détails dans le chapitre suivant.

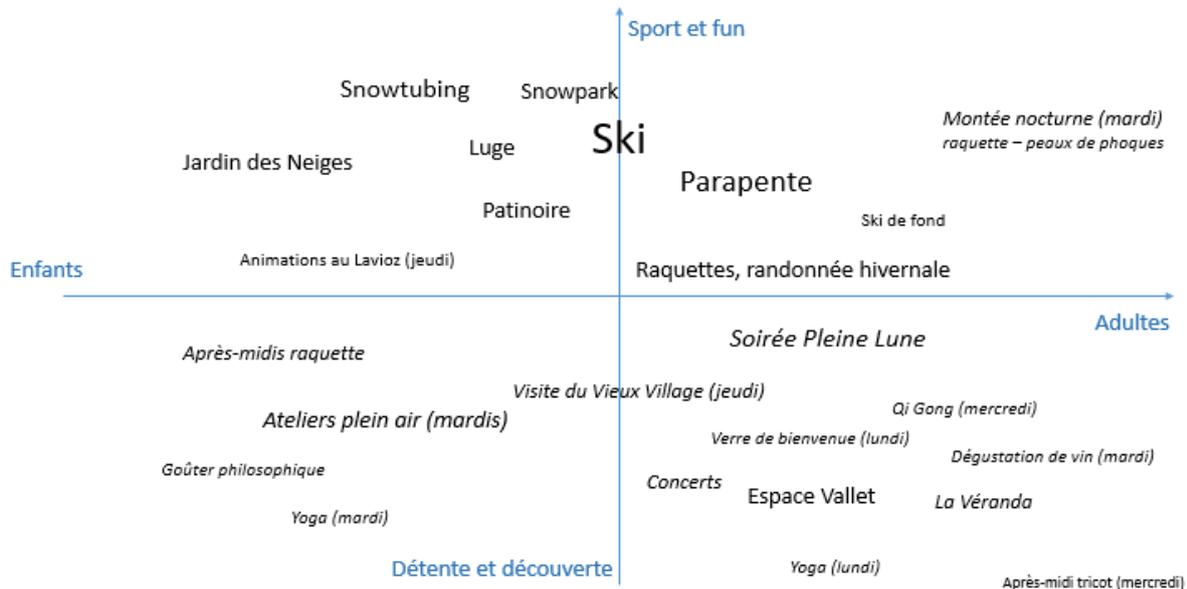
4.3 Les activités

Dans ce chapitre sont présentés les différentes activités et animations de Vercorin. Celles-ci sont très hétérogènes. Par conséquent, ce chapitre ne les traite pas de manière détaillée, le but étant d'avoir un aperçu général des activités proposées et de leur organisation au sein de la station. De cette manière, il est possible d'identifier le manque éventuel à combler.

4.3.1 Activités hivernales

Les activités proposées à Vercorin durant la saison hivernale sont présentées dans la figure 5 ci-dessous et classifiées selon deux axes. Le premier axe différencie les activités selon les publics cibles enfants et adultes et le second les différencie selon l'expérience offerte : sport et fun ou détente et découverte. Les activités en italique sont des activités n'ayant lieu que ponctuellement, soit à un jour de la semaine, soit à une date précise (mais plusieurs fois).

Figure 4 : Activités hivernales à Vercorin



Source: Réalisation de l'auteure selon Vercorin Tourisme (2016)

Le ski sur le domaine skiable, y compris le snowpark et le jardin des neiges, représente l'activité principale proposée durant l'hiver, complétée par des activités fun telles que le snowtubing, la patinoire et les descentes en luge. Le parapente est également une activité phare à Vercorin. De plus, Vercorin dispose de plusieurs itinéraires de randonnées hivernales, le ski de randonnée étant beaucoup pratiqué, principalement par la population locale ou les excursionnistes régionaux. Chaque mardi, le Crêt du Midi reste accessible pour la soirée par la télécabine. En revanche, le ski de fond n'est guère pratiqué et les animations au Lavioz pour les enfants ne rencontrent que très peu de succès (Stéphanie Chappuis, responsable animations, CP, 2016).

Quant aux activités « détente et découverte », celle-ci ont lieu principalement de manière ponctuelle. Parmi celles-ci se trouvent les animations hebdomadaires proposées par l'OT et complétées par les prestataires individuels ou d'autres manifestations, détaillées dans les annexes XI et XII.

Afin d'avoir une meilleure vue d'ensemble, la période de Noël 2016 et Nouvel An 2017 a été choisie pour présenter les activités proposées. Cette période a été choisie car elle représente les vacances de ski traditionnelles. De plus, elle est fortement impactée par les changements climatiques et les conditions d'enneigement des dernières années ne permettaient qu'une pratique réduite du ski.

Ainsi, durant ces deux semaines, des animations liées aux Fêtes de fin d'année seront proposées : le Noël des enfants, le Nouvel An et la Fête des Rois du 6 janvier. Le Ski-Club Brentaz Vercorin organisera son loto annuel à cette période. Le souper exotique « Les Saveurs du Monde », en faveur d'une association locale, les « hivernales artisanes » et le marché des artisans amateurs est également prévu durant les deux semaines concernées par mon travail.

Les enfants ont la possibilité de faire du yoga tibétain le mardi en matinée, le mercredi un goûter philosophique leur est proposé tandis que des animations sont organisées au Lavioz le jeudi. De plus, un mardi sur deux, des ateliers en plein air sont également proposés par l'Association « Les Enfants de la Terre » afin de permettre aux parents de skier seuls (Mischa Schlumberger, CP, 2016). Les activités pour enfants sont peu nombreuses, puisque moins d'une animation par jour est proposée. Toutefois, celles-ci sont indépendantes de la neige, ce qui est important pour cette période suite aux conditions des années précédentes. Finalement, la moitié de ces activités se déroulent à l'intérieur et peuvent donc être maintenues par tout temps.

Pour les adultes, le traditionnel verre de bienvenue est offert le lundi, le mardi a lieu une dégustation de vin ainsi que le yoga tibétain, tandis que les plus sportifs ont la possibilité de monter de Vercorin au Crêt-du-Midi le soir. Le mercredi les dames du village organisent l'après-midi tricot, tandis que le jeudi une visite du Vieux Village est organisée. Le samedi se déroule le marché quotidien des fruits et légumes. Certaines de ses activités comme le yoga ou l'après-midi tricot sont organisés avant tout pour les habitants, mais les touristes peuvent s'y joindre, tandis que d'autres sont spécialement conçues pour les touristes.

Offres SAM

En plus de promouvoir la destination Sierre-Anniviers, SAM commercialise également des offres touristiques sur son site www.sierre-anniviers-booking.com. La plupart de ces offres incluent hébergement et forfaits de ski valables dans tout le Val d'Anniviers. De plus, quatre offres sont spécialement proposées pour Vercorin, sans hébergement. Celles-ci sont valables à des dates spéciales ou en basse-saison. Il s'agit de :

- Soirées Pleine Lune ;
- Ski en famille : 1 forfait adulte acheté = 1 forfait enfant offert ;
- Pneumatic Night ;

- Ski, frites et entrecôte au Crêt-du-Midi.

4.3.2 Activités estivales

Concernant les activités estivales, Vercorin Tourisme (2016) promeut les activités par thème :

Tableau 5 : Activités estivales à Vercorin

Panorama et nature	- Bisses et Vallon de Réchy
Sport et loisirs	- VTT; - randonnée; - Forêt Aventure; - Circuit des 3 Bisses; - parapente; - jardin d'inspiration médiévale de Briey; - itinéraires didactiques « de Chalais aux Chalets en passant par.. »; - minigolf; - pétanque; - parc à marmottes; - jardins d'escalades; - les activités en plein air de l'Association « les Enfants de la Terre »;
Terroir et détente	- VercoJazz ; - Arche des Crébillons.
Culture et tradition	- Eglise ; - Vieux Village ; - Musée Edouard Vallet.

Source: Réalisation de l'auteure selon Vercorin Tourisme (2016)

Pass Aventure Marmot' et Ado'

Deux packages ont été spécialement conçu pour les enfants et les jeunes en visite à Vercorin et sont proposés durant quatre semaines en été. Il s'agit du *Marmot' Aventure* et de l'*Ado' Aventure*. Le premier est dédié aux enfants de 6 à 12 ans et inclut la Forêt de l'Aventure, la Ferme des Crébillons, le Minigolf, une initiation à la grimpe et une journée nature pour 49 CHF. Le second, destiné aux adolescents de 13 à 16 ans, inclut des activités plus orientées

fun et adrénaline avec la Forêt de l'Aventure, les Trottinettes, le Minigolf, un vol en parapente et le circuit des 3 bisses pour 149 CHF. (Val d'Anniviers, 2016)

Toutefois, ceux-ci ne rencontrent que peu de succès (Stéphanie Chappuis, CP, 2016). Une des raisons est que les familles souhaitent passer du temps ensemble durant leurs vacances et qu'il faut leur offrir des offres où ils peuvent s'amuser ensemble (Julien Petit, CP, 2016). Or, ces forfaits ne sont proposés qu'aux enfants.

Passeport Vacances

Dans le cadre de Passeport Vacances, des activités variées et attrayantes sont organisées durant deux semaines en été. Celles-ci sont avant tout proposées aux enfants de la commune, puis, s'il reste des places, aux enfants en vacances à Vercorin. (Stéphanie Chappuis, CP, 2016) Des activités sont proposées spécialement aux ados dans le but de leur faire découvrir des métiers et d'autres sont également organisées pour les parents. Les activités détaillées se trouvent en annexe XIII.

4.3.3 Les évènements et manifestations

Les deux évènements phares de Vercorin sont le VercoJazz se déroulant en juillet, et le Défi des 300 dont la première édition en 2016 a connu un franc succès (Stéphanie Chappuis, CP, 2016)

Ensuite, des manifestations liées aux fêtes traditionnelles sont organisées : parmi lesquelles il y a le Noël des enfants, le Nouvel An, la Fête des Rois, la Chandeleur, Pâques ou encore la Fête Nationale Suisse ; la plus importante est cependant Carnaval. L'Inalpe et la Désalpe sont également des fêtes importantes ancrées dans les traditions. Plusieurs manifestations sportives ont également lieu à Vercorin : La Dérupe, le KM Vertical, une étape du Tour Freestyle Romand, Vercofly, Vercorun ainsi que le Rallye du Valais. Au niveau artistique et culturel, plusieurs concerts sont également organisés. Il s'agit de concerts organisés suite à des camps musicaux effectués à Vercorin, des concerts organisés par des restaurateurs pour animer les soirées ou des concerts d'artistes. Les Terrasses musicales sont organisées par l'OT tous les jeudis de l'été dans un restaurant différent tandis que le VercoJazz est un festival de musique organisé sur un week-end en juillet. Durant l'été, une exposition d'art différente est érigée à ciel ouvert dans le cadre de *R&Art* et des exhibitions ont lieu à l'espace Edouard Vallet. Plusieurs marchés ont lieu à Vercorin en plus du marché hebdomadaire du samedi. Les principaux sont la Journée Santé Nature et le Marché des Artisans Créateurs. Durant l'hiver ont lieu le Marché de Noël et les hivernales artisanes des artisans locaux. Enfin, un marché aux puces a lieu durant l'été ainsi que les estivales artisanes.

4.3.4 Prestataires des activités

Les activités proposées à Vercorin sont organisées par différents prestataires. Afin de les classer le modèle traditionnel utilisé dans la majorité des études de sports et loisirs distinguant les prestataires commerciaux, publics et volontaires a été employé. (Weed & Bull, 2009, p. 167) Le tableau présentant les partenaires selon cette classification se trouve à l'annexe XIV.

Les prestataires commerciaux regroupent les activités à but lucratif. Ils sont considérés comme partenaires par Vercorin Tourisme et leur promotion est assurée dans la brochure *Infoguide* (Stéphanie Chappuis, CP, 2016). Le fournisseur d'activités commercial le plus important est TVSA. L'ESS Vercorin, l'école de parapente Twist'Air, des personnes indépendantes et des associations se trouvent également dans cette catégorie.

Dans la catégorie publique se trouve Vercorin Tourisme et la Commune de Chalais. Vercorin Tourisme ne poursuit pas de but lucratif mais est chargée d'animer la station (Arian Kovacic, CP, 2016). Les activités organisées dans ce cadre sont d'une part financées par les subsides de la Commune et d'autre part par les taxes de séjour. Une employée est responsable des animations et s'occupe d'organiser certaines activités, d'en coordonner d'autres avec les différents partenaires et de les rassembler dans la brochure et le calendrier ST-Net. La Commune de Chalais est également considérée comme prestataire public, car elle finance des infrastructures ainsi que l'exposition R&Art et entretient des chemins pédestres. Finalement, parmi les prestataires volontaires se trouvent des associations et des sociétés sportives ainsi que les habitants bénévoles du village. Les sociétés sont particulièrement importantes car elles disposent d'un nombre élevé de bénévoles. Ainsi, elles s'occupent de l'organisation, de la mise en place des infrastructures, de la restauration et en contrepartie le bénéfice récolté finance leurs activités respectives (Cédric Porchet, président du Ski-Club Brentaz Vercorin, CP, 2016)

Chaque prestataire est libre d'organiser les activités qu'il souhaite. La plupart des animations organisées à Vercorin émane d'initiatives privées et l'OT est utilisé en tant que relais et soutien pour la promotion et la mise en contact. Vercorin Tourisme n'a ni les ressources financières, ni les ressources humaines pour les organiser et collabore étroitement avec les prestataires commerciaux et volontaires. Le travail de l'Office du Tourisme est principalement effectué en amont d'une activité ou manifestation. (Stéphanie Chappuis, CP, 2016)

4.3.5 La promotion des activités

Les activités de Vercorin sont promues d'une part par l'Office du Tourisme à travers la brochure *Infoguide* éditée annuellement, le programme hebdomadaire et le site internet. Des

affiches sont également placardées à Vercorin ainsi qu'à Chalais et Réchy pour certaines activités. D'autre part, la plupart des prestataires font également leur propre promotion. D'ailleurs, certains ne comptent pas sur le soutien de l'Office du Tourisme pour la promotion de leurs activités (Anonyme, CP, 2016).

Finalement, Vercorin News, une initiative privée d'un résident secondaire, regroupe toutes les activités de la semaine dans une newsletter envoyée par courriel tous les lundis et publiée sur une page Facebook. L'OT a également accès à la page afin de publier des informations. Selon David Touvet, initiateur de Vercorin News (CP, 2016), chaque prestataire publie sur sa page Facebook mais pour avoir l'information, le client doit aller la chercher. Ainsi, le but de Vercorin News est de trouver les informations et les rendre toutes disponibles à un endroit commun. Les informations les plus importantes sont également relayées sur la page Facebook du Val d'Anniviers.

4.3.6 Création d'activités

Les animations et activités proposées à Vercorin sont les mêmes depuis plusieurs années (Stéphanie Chappuis, CP, 2016). Dans le but d'amener de la nouveauté, le Défi des 300 a été organisé en collaboration avec les quatre partenaires hivernaux principaux. Dès l'été 2017, des activités en lien avec la faune locale seront également développées.

Selon les différentes discussions avec les partenaires, Vercorin a besoin d'activités permettant aux familles de passer plus de temps ensemble, d'activités accrocheuses pour les adolescents et d'offres pour les jeunes adultes. L'offre doit être étendue en incluant des activités dans la plaine également (Julien Petit, CP, 2016). Le bien-être, la gastronomie et les traditions doivent encore plus être développés à Vercorin. De plus, la région Sierre-Anniviers a décidé de mettre en avant le VTT.

Actuellement, il n'existe aucune marche à suivre ou ligne directrice afin de créer des activités à Vercorin (Stéphanie Chappuis, CP, 2016). Ce sont les Offices du Tourisme qui sont en charge de proposer de nouveaux produits pour le site de SAM (Julien Petit, CP, 2016).

4.4 Analyse de la demande

Dans ce chapitre, la demande touristique de Vercorin est présentée. Le manque de données sur les clients a été compensé par des entretiens avec les hébergeurs, les acteurs touristiques connaissant la clientèle et une enquête réalisée durant la saison 2013-2014 par l'Observatoire Valaisan du Tourisme (OVT) intitulée « A l'écoute de nos hôtes ». Pour cette enquête, des questionnaires ont été distribués aux clients dans chaque station valaisanne. Ainsi des données récentes sur la prise d'information, la durée du séjour, les accompagnants,

les activités entreprise et la satisfaction ont également été récoltées. Les résultats de Vercorin sont regroupés sous la destination Anniviers.

4.4.1 Types de tourisme

Selon les différentes discussions entreprises avec les partenaires touristiques connaissant la clientèle, trois types de clients peuvent être distingués à Vercorin : les excursionnistes ou touristes de passage, les touristes commerciaux ou touristes de séjour et les visiteurs réguliers. Selon l'enquête de l'OVT (2015b), les visiteurs réguliers représentent la clientèle principale puisque 71% (73% en hiver) des clients interrogés sont des habitués. Les clients visitant la région pour la première fois sont plus nombreux en été.

Les excursionnistes

Cette catégorie regroupe des personnes qui visitent Vercorin mais qui ne dorment pas sur place. Cette catégorie est fréquente dans le tourisme mais difficile à mesurer. Par conséquent, il n'existe que très peu de statistiques sur cette catégorie. Contrairement aux autres touristes, ceux-ci empruntent majoritairement le téléphérique pour se rendre à Vercorin, soit en y accédant par les transports publics, soit en parquant la voiture au parking gratuit (Arian Kovacic, CP, 2016). Ainsi, quelques chiffres seront présentés ci-dessous grâce aux statistiques des courses du téléphérique et les informations sur cette catégorie ont été complétées par un entretien avec une employée du téléphérique côtoyant quotidiennement les utilisateurs du téléphérique.

Grâce à son accès aisé depuis la plaine, Vercorin est une station idéale pour ce type de visites. Ces clients viennent principalement pour une activité précise (Maya Meyer, employée au téléphérique, CP, 2016). En hiver, c'est le ski ou le parapente qui les attire, quelques fois le ski de randonnée et dans une moindre mesure les raquettes. L'été, les clients viennent pour la randonnée principalement, la Forêt Aventure, les trottinettes ou le Chemin des Marmottes pour les familles, le VTT pour les sportifs et le parapente pour les passionnés. Tout au long de l'année, des locaux viennent s'entraîner sur la montée de la Dérupe et redescendent en téléphérique.

Comme le montrent les chiffres dans le tableau 6, le téléphérique est principalement utilisé par les excursionnistes le weekend. Cette statistique n'exprime toutefois pas complètement la réalité puisque les horaires des cars desservant le départ du téléphérique à Chalais ont été réduits et que les parapentistes utilisent le téléphérique plusieurs fois par jours. L'analyse est détaillée en annexe XVI.

Tableau 6 : Nombre d'utilisateurs du téléphérique par période

Fréquentation de base en semaine (30 mars au 3 avril 2015)	237 personnes/jour
21 au 25 septembre 2015	436 personnes/jour
23 au 27 juillet 2015	500 personnes/jour
16 au 22 février (Vacances de Carnaval)	593 personnes/jour
23 au 27 février (Relâches Vaudoises)	520 personnes/jour
Fréquentation de base week-end (25 et 26 avril 2015)	160 personnes/jour
Excursionnistes week-end été	805 personnes/jour
Excursionnistes week-end hiver	940 personnes/jour

Source: Réalisation de l'auteure selon CBV (CP, 2016)

Touristes commerciaux

Sous cette catégorie sont considérés les touristes se rendant occasionnellement à Vercorin, pour les vacances d'hiver par exemple. Ces touristes viennent généralement jusqu'à deux fois maximum dans l'année et séjournent de 4 jours à 1 semaine, voire deux semaines en été dans un hôtel, un appartement loué par une agence ou un privé. (Lucie Athimon, ancienne gérante de l'Hôtel Victoria, CP, 2016 ; Isabelle Corvasce, employée au BAT, CP, 2016)

Visiteurs réguliers

Ceux-ci se rendent très souvent à Vercorin et, à cet effet, sont propriétaires d'un logement secondaire ou louent un logement à l'année ou à la saison. Ils connaissent très bien la station, y sont souvent intégrés et participent à la vie locale à travers les sociétés, comme le Ski-Club Brentaz-Vercorin par exemple. Ils développent un lien avec la station et les locaux et le but de ces visites régulières peuvent être pour différentes raisons. Certaines personnes viennent se ressourcer au calme (André Gossauer, président de l'Association Valaisanne des résidents secondaire, CP, 2016), d'autres sont tombés sous le charme du village de Vercorin (Alain de Bernardis, représentant Stratour des résidents secondaires CP, 2016) ou encore parce que les enfants font du ski de compétition et s'entraînent tous les weekends à Vercorin (Cédric Porchet, CP, 2016). Considérant le point de vue de la télécabine de Vercorin, les habitants locaux, utilisant les remontées mécaniques devraient également être inclus dans cette catégorie (Frédéric Glassey, directeur de TVSA, CP, 2016). D'ailleurs beaucoup d'habitants de Vercorin sont maintenant des retraités qui étaient autrefois des visiteurs réguliers.

L'enquête a permis de démontrer que les résidents secondaires de la région d'Anniviers sont plus réguliers que la tendance générale valaisanne. La majorité (19.7%) se rendent dans la destination environ une fois par mois et un 16.7% vient plus de 50 fois par année, ceci représente presque au moins une visite par semaine. Les séjours sont plus fréquents en hiver

et les résidents secondaires passent majoritairement entre 20 et 49 jours dans la station durant cette saison. Certains effectuent même 90 jours, ce qui représente 3 mois. (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015b)

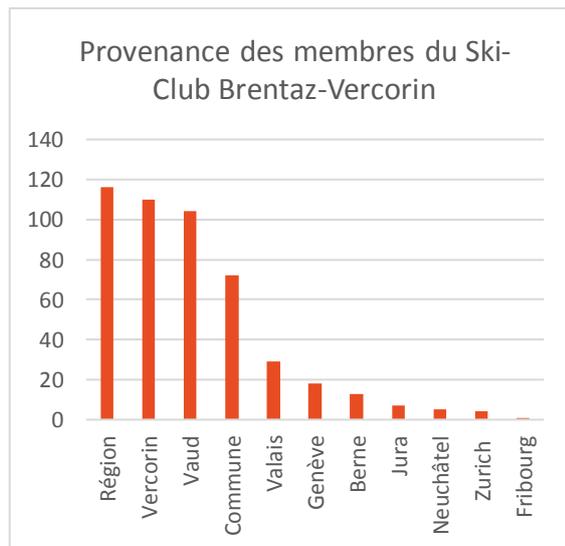
4.4.2 Provenance

Selon les entretiens réalisés, deux marchés peuvent être différenciés : le marché domestique et le marché étranger.

Marché domestique

Le marché domestique est représenté par les hôtes suisses. Vercorin Tourisme ne saisissant pas la provenance exacte des hôtes suisses, les statistiques des membres du Ski-Club Brentaz-Vercorin ont été analysées, car la majorité des membres sont résidents secondaires ou locataires de chalets à la saison et sont clients de l'ESS Vercorin (Cédric Porchet, CP, 2016). La provenance des différents membres a été classé par : Vercorin, Commune (les habitants de Chalais et Réchy), Région (englobe les villages jusqu'à Sion : Chippis, Veyras, St-Léonard, etc.), Valais (depuis Sion), puis par cantons.

Figure 5 : Provenance des membres du Ski-Club Brentaz Vercorin



Source: Réalisation de l'auteure selon Cédric Porchet (CP, 2016)

Selon cette catégorisation, la majorité des membres vient des villages environnants, soit Chippis, Veyras, Noës, Sierre, St-Léonard et Flanthey. Ensuite, ce sont les habitants de Vercorin. Puis, avant même les habitants des villages de Réchy et Chalais, la majorité des membres hors-canton sont vaudois. Puis viennent ensuite dans l'ordre : Genève, Berne, Jura, Neuchâtel, Zurich et Fribourg. A noter toutefois qu'il existe un autre Ski-Club sur la Commune, ce qui explique pourquoi les habitants des villages de plaine faisant partie de la Commune de Chalais ne sont pas plus nombreux.

Quant aux excursionnistes, ce sont principalement des Valaisans. Toutefois, selon Maya Meyer (CP, 2016), en été, beaucoup de Suisses Allemands viennent visiter Vercorin à la journée.

Le marché domestique est un marché important pour Vercorin. Ceci est également reflété dans la structure de la clientèle de l'ESS Vercorin, puisque 90% des clients sont Suisses, avant tout Suisses Romands, propriétaires de résidences secondaires et Valaisans

excursionnistes (Jean-François Neurohr, CP, 2016). D'ailleurs, le marché domestique est resté constant au sein des ESS valaisannes (Fred La Sala, CP, 2016). Selon les statistiques de VWP (2016), ce marché augmente en Valais (+0.59%), plus que la moyenne nationale (+0.16%) alors que dans les Grisons (-2.71%) ou l'Oberland Bernois (-1.35%) la demande du marché domestique chute (Kuonen, 2016).

Selon l'analyse du potentiel du marché suisse effectuée par VWP, les dix cantons suivants sont identifiés comme ayant le plus de potentiel pour le Valais : Zurich, Berne, Aarau, St-Gall, Vaud, Bâle, Lucerne, Tessin, Thurgovie et Soleure (Kuonen, 2016).

Marché étranger

Parmi le marché étranger, la Belgique, la France, l'Allemagne et l'Italie sont les marchés émetteurs principaux pour Vercorin (Arian Kovacic, et Jean-François Neurohr, CP, 2016). Toutefois, ceux-ci sont en baisse, notamment, les Allemands, qui viennent moins souvent depuis la crise économique et la chute de l'Euro (Arian Kovacic, CP, 2016) ou les Belges qui ont également subi une crise de leur industrie clef (Jean-François Neurohr, CP, 2016). Cependant, les clients belges restent une clientèle fidèle, pour qui les vacances de ski annuelles sont une tradition (Jean-François Neurohr, CP, 2016).

Parmi les marchés étrangers, VWP distinguent les marchés étrangers de proximité et les marchés lointains. Ainsi, le marché étranger de Vercorin ne comprend que le marché de proximité, puisque le marché lointain est constitué de la Russie, la Chine, les USA, le Canada et le Brésil. Ces marchés sont pourtant en augmentation, excepté la Russie qui a souffert d'une crise de sa devise. La Chine connaît la plus grande augmentation,

Figure 6 : Résultats sur les marchés de proximité travaillés par VWP en 2015

Allemagne	↘16.03%	(8.7% PDM)
Bénélux	↘13.2%	(6.4% PDM)
Royaume-Uni	↘8.95%	(6.2% PDM)
France	↘8.36%	(4.7% PDM)
Nordics	↘20.8%	(1.6% PDM)
Italie	↘7.56%	(1.3% PDM)

Source: Kuonen (2016)

suivie du Brésil et des Etats-Unis. Ces derniers sont représentés à un faible

pourcentage au sein de la destination Anniviers. En revanche, le marché de proximité est en baisse en Valais, comme indiqué dans la figure 7 ci-contre. On constate donc un fort contraste entre les pays européens et les pays hors zone euro. Concernant le tourisme valaisan, la structure du marché est représentée actuellement par 55% de Suisses, 34% de marché de proximité et 11% du marché lointain (Kuonen, 2016).

Figure 7 : Résultats sur les marchés lointains travaillés par VWP en 2015

Etats-Unis	↗13.95%	(3.26% PDM)
Russie	↘38.41%	(1.2% PDM)
Chine	↗36.8%	(0.96% PDM)
Canada	↗1.9%	(0.56% PDM)
Brésil	↗18.52%	(0.35% PDM)

Source: Kuonen (2016)

De plus, l'étude nous permet de constater que le marché domestique est plus marqué durant l'été, puisqu'il représente 54% des clients en été, contre 49% en hiver. La clientèle belge, allemande et française en revanche diminue durant la saison estivale, tandis que le nombre de clients anglais, néerlandais et autres augmente durant l'été. (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015b)

VWP a décidé d'axer sa stratégie sur une présence accrue sur les marchés suisses, allemands et français, sur une augmentation de la présence au Royaume-Uni, dans les pays nordiques, aux USA et en Chine. En revanche, la promotion sera diminuée pour le Bénélux, l'Italie et la Russie. Finalement, l'évolution de nouveaux marchés va être surveillée afin d'identifier un potentiel. Ceci est le cas pour l'Asie du Sud-Est, les pays du Golfe, l'Inde et la Corée du Sud. (Kuonen, 2016)

4.4.3 Accompagnants

Selon l'enquête réalisée par l'OVT (2015b), la plupart des touristes se rend dans la région par groupe de quatre personnes (20.5%), puis par groupe de deux (19.4%) ou cinq (12.5%) personnes. La majorité des clients questionnés ont affirmé voyager en couple. Toutefois, la question permettant plusieurs réponses, ceux-ci sont souvent accompagnés, soit par d'autres membres de la famille ou par leurs enfants. Les moins de 14 ans accompagnent souvent leur parent, tandis que les jeunes de 14 à 18 ans les accompagnent plutôt l'hiver. Les groupes de 20 personnes ou plus représentent également une part importante. Ceux-ci sont toutefois plus fréquents en hiver qu'en été. Les voyages entre amis, connaissances et collègues représentent 17% et sont légèrement plus fréquents en hiver (18%) qu'en été (13%). Finalement, 5% des clients voyagent seuls. (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015b)

4.4.4 Comportement

Dans ce chapitre est analysé le comportement des clients en matière d'information, du choix de la destination et de la réservation.

Information

La majorité des clients (51%) de la région se renseigne auprès de connaissances, certains sur Internet (20%) et 19% ne se renseigne pas, 13% pas d'autres canaux et 6% à l'hébergement. En revanche, les moyens mis en place par Sierre-Anniviers Marketing ne sont que très peu utilisés pour la prise d'information : uniquement 4% des clients s'informent par le biais des réseaux sociaux et de brochures, 3% dans des catalogues de TO, 2% dans des reportages médias et 1% sur des foires. (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015b)

Choix de la destination

Le choix de passer des vacances dans la région d'Anniviers durant la saison hivernale est effectué majoritairement plus de 6 mois à l'avance (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015b). Ainsi, selon Bieger et al (2004), pour fidéliser le client, il faut s'assurer que celui-ci ait réservé ses vacances pour l'année suivante avant même d'avoir quitté la destination. Les décisions prises une semaine ou deux avant le départ sont également importantes. Ainsi, des promotions « last minute » pour des vacances peuvent être entreprises durant ce laps de temps.

Les critères principaux pour choisir la destination Anniviers en hiver sont les montagnes (89%), l'offre de sports d'hiver (75%), les paysages et la nature (59%), la garantie de neige et la tranquillité (53%). Parmi ces cinq critères principaux, quatre sont liés à l'offre originelle. Par conséquent, il est difficile pour un acteur touristique d'avoir une grande influence, bien que les remontées mécaniques peuvent participer à la garantie de neige en installant des canons. Cependant, la destination, les remontées mécaniques et l'ESS peuvent améliorer l'attractivité de Vercorin en se concentrant sur l'amélioration de l'offre des sports d'hiver, puisque ce critère est décisif pour 75% des clients. L'assortiment d'activités pour enfants est crucial principalement pour les familles (Weed & Bull, 2009). Parmi les autres critères mentionnés, on retrouve l'attractivité du domaine skiable (49%), l'air pur/climat sain (47%), l'authenticité de la localité/paysage urbain/architecture (44%), de bonnes expériences par le passé (43%) et les conditions météorologiques (34%). (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015b)

Réservation

Lié au fait que la majorité des clients possèdent leurs propres hébergements, peu de réservations sont effectuées. Ceux qui en effectuent, le font principalement directement auprès de l'hébergeur, souvent par e-mail, formulaire de contact ou téléphone. Selon l'enquête de l'OVT (2015b), seul 11% des clients utilisent un portail internet de réservation ou une agence de voyage.

En revanche, concernant l'ESS Vercorin la majorité des clients réservent par le biais du formulaire disponible sur le site internet. Quelques-uns préfèrent encore le téléphone, tandis que la réservation directe ne représente qu'un faible pourcentage. (Corinne Neurohr, CP, 2016)

4.4.5 Activités pratiquées

Cette partie a été écrite à l'aide des propos recueillis par les divers prestataires et complétée par l'enquête de l'OVT.

Les vacances hivernales dans la région Anniviers sont principalement associées à la neige, à la montagne et aux moments passés entre amis et famille. Les activités pratiquées sont surtout sportives et largement dominées par le ski alpin en hiver (88%), suivi des randonnées et balades à pied ou en raquettes (Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015b). Les amateurs de ski de randonnées sont également nombreux dans la station (Maya Meyer, CP, 2016). Le parapente représente une activité importante de Vercorin tout au long de l'année et est également pratiqué majoritairement par des excursionnistes été comme hiver. En été, l'activité principale est la randonnée, tandis que le VTT se développe de plus en plus. Les familles avec des jeunes enfants diversifient plus leurs loisirs. Ainsi en hiver, le snowtubing et la patinoire sont des activités essentielles, tandis qu'en été la Forêt de l'Aventure, le chemin des marmottes et les trottinettes leur proposent une offre variée. Les activités annexes au sport principales mentionnées dans l'enquête sont la gastronomie, les bains thermaux, les promenades, l'après-ski en hiver et les excursions dans la région.

4.4.6 Satisfaction

De manière générale, les touristes de la région Anniviers sont enchantés de leur séjour et recommanderaient la destination à des connaissances. Toutefois, les points suivants sont le plus à améliorer selon l'analyse d'importance-performance effectuée dans l'enquête :

- Offre artistique et culturelle
- Gastronomie en montagne
- Offre de visites de la région/destination
- Hospitalité/accueil
- Transports publics

(Observatoire Valaisan du Tourisme, 2015b)

5. ESS Vercorin

Dans ce chapitre est présenté l'ESS Vercorin. Après une présentation générale, son activité est analysée à l'aide du Business Model Canvas. Finalement, une analyse SWOT permet d'identifier les points forts, les points faibles, les opportunités et les menaces.

5.1 Présentation

L'ESS Vercorin a été fondée en 1968 par quatre personnalités de Vercorin, avant d'être reprise en 1986 par le directeur actuel Jean-François Neurohr. Bien qu'une division interne ait donné lieu à deux écoles de ski concurrentes durant trois années, l'ESS Vercorin est la seule école de ski de Vercorin. Aujourd'hui, il s'agit d'une petite entreprise familiale gérée par le directeur, sa femme Corinne et leur fils Baptiste et complétée par des moniteurs saisonniers et auxiliaires. Baptiste Neurohr est également membre du comité du Ski Club Brentaz-Vercorin et président du Tennis Club. Jean-François Neurohr a longtemps été investi dans le développement de Vercorin. De plus, avant l'augmentation du capital-actions de la télécabine, lorsque la Commune de Chalais est devenue l'actionnaire majoritaire, Jean-François et Corinne Neurohr étaient propriétaires d'une grande part de la société et ont développé la Forêt de l'Aventure ainsi que le Centre sportif du Lavioz.

Durant la saison 2014/15, l'ESS a vendu 3800 demi-journées de cours (Swiss Snowsports, 2015) et 3550 demi-journées durant la saison 2015/16 (Swiss Snowsports, 2016), tandis que dans les grandes années de Vercorin, ces ventes pouvaient atteindre les 8000 demi-journées (SDV, 1997).

L'ESS Vercorin propose des cours collectifs et privés en ski, snowboard et télémark, des camps freestyle, des sorties freeride ainsi que des descentes en luge, descentes en flambeaux et l'organisation de compétitions pour des groupes privés. La liste détaillée des cours se trouve à l'annexe XVII. Outre, ces activités l'ESS Vercorin participe également aux activités villageoises, à l'organisation du Défi des 300 et met à disposition des infrastructures lors de manifestations. L'ESS Vercorin est également mandatée par le Ski-Club Brentaz Vercorin pour la gestion des cours « A nous la neige » proposées aux membres.

5.2 Business Model Canvas

Afin de présenter l'organisation de l'ESS Vercorin, les catégories du *Business Model Canvas* ont été choisies, sauf les deux catégories concernant le revenu et les charges, puisqu'il a été décidé dans le cadre de ce mandat de ne pas aborder les finances. Le *Business*

Model Canvas est un concept permettant d'expliquer de manière simple mais pertinente le fonctionnement d'une entreprise. Celle-ci est divisée en neuf catégories, englobant les quatre secteurs d'une entreprise : les clients, l'offre, les infrastructures et la viabilité financière. (Osterwalder & Pigneur, 2009). Le graphique du modèle se trouve en annexe XVIII.

5.2.1 Segments clientèle

La clientèle de l'ESS Vercorin est composée de 80% d'enfants et de 20% d'adultes (Baptiste Neurohr, CP, 2016). 90% de cette clientèle est Suisse, majoritairement Romande (Jean-François Neurohr, CP, 2016). Ceci explique le faible pourcentage de la clientèle adulte. En effet, selon Baptiste Neurohr (CP, 2016), les Suisses ne prendront pas de cours, par fierté, car ils pensent savoir skier. Quant aux enfants, le nombre d'élèves diminuent avec la progression technique. Parmi ceux-ci, plusieurs segments peuvent être différenciés :

Enfants locaux scolarisés

Enfants domiciliés dans la commune ou dans la région en plaine (Sierre, Chippis, Miège, Granges, St-Léonard), venant régulièrement les weekends, les mercredis après-midis ainsi que durant les vacances scolaires. Toutefois, les enfants de Miège et Veyras ne viennent que tant qu'ils ne paient pas l'abonnement, ensuite ils le reçoivent gratuitement pour Montana et ne viennent plus (Corinne Neurohr, CP, 2016).

Enfants locaux non-scolarisés

Ceux-ci diffèrent de la première catégorie par le fait qu'ils ne vont pas encore à l'école et par conséquent peuvent prendre des cours tous les jours de la semaine et hors des périodes de vacances scolaires. Il s'agit d'enfants de moins de quatre ans prenant des cours privés de 30 à 45 minutes uniquement. Toutefois, ils sont peu habitués à la présence d'une personne externe ainsi le détachement des parents est parfois délicat. Ceux-ci en revanche estiment que l'enfant écoutera mieux le moniteur que ses propres parents (Différents clients, CP, 2015-2016).

Enfants venant aux cours plaine

Ces enfants ne sont pas accompagnés à Vercorin par leurs parents. En effet, les cours plaine incluent la prise en charge à 13h au départ du téléphérique à Chalais pour le transport jusqu'au Jardin des Neiges ou au domaine skiable. L'ESS se charge également de les ramener en fin d'après-midi à 17h15 en plaine.

Enfants touristes

Ces enfants viennent à Vercorin durant les vacances scolaires et pratiquent le ski durant une ou deux semaines par année. Ceux-ci viennent avec leurs parents jusqu'à environ 15 ans, ensuite ils ne viennent plus car il n'y a rien à faire à Vercorin pour cette tranche d'âge. En

revanche, ils reviennent une fois qu'ils sont parents avec leurs propres enfants car ils ont adorés quand ils étaient enfants (Corinne Neurohr, CP, 2016).

Enfants et jeunes membres du Ski-Club

Ces enfants suivent un programme régulier et viennent à Vercorin tous les week-ends en hiver. Parmi les cursus suivis, ils ont la possibilité de faire du ski ou snowboard loisirs, du ski de compétition, du ski freestyle et freeride ainsi qu'un cours Teenager variant les pratiques destinés aux jeunes de 15 à 18 ans.

Adultes

Parmi les adultes prenant des cours de ski, il s'agit avant tout d'adultes apprenant un nouveau sport de glisse ou n'étant pas habitués à l'environnement montagnard (Alexandre Franzetti, CP, 2016). Selon Fred La Sala (CP, 2016), les adultes recherchent la relation amicale et le plaisir.

5.2.2 Propositions de valeur

Les valeurs de base proposées par l'ESS Vercorin sont plaisir, apprentissage et sécurité. La qualité est également une valeur essentielle que l'ESS souhaite véhiculer, tandis qu'elle attend la ponctualité de ses moniteurs. De plus, l'ESS Vercorin se positionne grâce à un encadrement attentif pour les enfants. En effet, en moyenne l'ESS Vercorin propose des classes de 5 élèves, moyenne la plus basse du Valais après Saas-Fee (4,8 élèves par groupe en moyenne) (Swiss Snowsports, 2015) et plusieurs parents sont venus à l'ESS Vercorin après avoir été déçu du manque d'attention donné ailleurs à leurs enfants (Clients, CP, 2015 ; Corinne Neurohr, CP, 2016). Le Jardin des Neiges, situé dans le village au Centre sportif du Lavioz, permet d'une part un accès aisé et non-payant pour les parents ainsi qu'environnement adapté, ludique et progressif à l'enseignement du ski pour les débutants d'une autre part. Ensuite, l'ESS Vercorin enseigne le bon comportement à adopter sur les pistes afin d'évoluer en sécurité et avec confiance sur le domaine skiable. L'ESS Vercorin dispose également d'un niveau technique élevé ainsi qu'une très bonne connaissance de la région pour une progression rapide et un encadrement sécurisé. Finalement, elle offre également des moments conviviaux à ses clients lors de la traditionnelle remise des médailles du vendredi.

5.2.3 Canaux de distribution

L'ESS Vercorin dispose d'un excellent réseau de bouche-à-oreille qui a été renforcé grâce au succès du cours plaine. Celui-ci représente le moyen de communication le plus important et efficace. (Jean-François Neurohr, CP, 2016) Ensuite, elle dispose également d'une bonne visibilité au sein de la station puisque le bureau se situe sur la route principale à 500 mètres du départ de la télécabine et qu'elle dispose de matériels promotionnels utilisés lors de manifestations. Afin de promouvoir ses cours, des brochures spécifiques sont distribuées.

Ainsi, 1 Mio de tout ménage sont distribués en plaine (Jean-François Neurohr, CP, 2016) et la brochure des cours destinés au Ski-Club Brentaz Vercorin est envoyée à tous ses membres ainsi que sur la Commune (Cédric Porchet, CP, 2016). Le site web sert également de moyens de promotion tandis qu'une page entière est dédiée à l'ESS Vercorin dans la brochure de l'office du tourisme. De manière moins ciblée, l'ESS Vercorin profite également des actions marketing effectuées par Swiss Snowsport.

Les moniteurs sont facilement reconnaissables grâce à l'équipement rouge et blanc et au logo réputé des Ecoles Suisses de Ski. En revanche, il est essentiel que les moniteurs montrent le bon comportement lorsqu'ils portent cet équipement car les clients les observent sur le domaine skiable. En skiant et donnant les cours, les moniteurs communiquent donc le niveau technique et la qualité de l'enseignement. Le bon déroulement des cours et la satisfaction des élèves contribuent également à la communication de la réputation de l'ESS Vercorin.

La réservation des cours peut être effectuée par courriel ou via le formulaire de contact sur le site internet, par téléphone et directement au bureau de l'ESS Vercorin.

Finalement, connaissant sa clientèle et entretenant une relation amicale avec celle-ci, des sorties peuvent être proposées individuellement aux clients. Cette pratique est avant tout utilisée pour les sorties freeride. (Jean-François Neurohr, 2016)

5.2.4 Relations avec les clients

De manière générale, la relation entretenue entre l'ESS Vercorin et ses clients est très conviviale. D'une part, elle est entretenue par l'atmosphère familiale et intime du bureau de l'ESS et d'une autre part, l'ESS disposant d'une clientèle fidèle revenant chaque année depuis plusieurs générations, elle peut nouer et entretenir des liens avec ses clients. Par conséquent, la relation devient amicale tout en restant professionnelle. De plus, Vercorin étant une station de taille humaine, les clients et les employés de l'ESS se retrouvent souvent après la journée de ski au sein de la station.

Le moniteur représente la relation principale entre l'ESS et le client. Celui-ci est en contact direct avec ce dernier tout au long de la durée des cours, au cours duquel une relation amicale et complice peut être développée. Souvent, les enfants retrouvent d'année en année les mêmes moniteurs et ceux-ci sont souvent les idoles des élèves, ainsi le moniteur a un rôle exemplaire à démontrer. Avec les plus petits, une relation spéciale est établie puisque le ski est enseigné à travers de jeux. Pour eux, l'ESS entretient une relation émotionnelle à travers la mascotte, Snowli. En effet, celle-ci rend visite aux enfants évoluant au Jardin des Neiges pour leur plus grande joie. Parfois, Snowli skie avec eux ou chante des chansons en dansant.

Les enfants apprécient de lui faire un câlin et une photo de groupe est prise avec lui. Avec les adultes, la relation reste plus professionnelle.

La relation avec les membres du Ski-Club est encore plus accentuée puisque les élèves retrouvent les moniteurs de semaine en semaine et les moniteurs suivent les élèves sur plusieurs années. Ainsi, ils les voient grandir et évoluer. De plus, certains membres de ski-club deviennent auxiliaires et ainsi collègues de leurs anciens moniteurs. Une relation différente est également entretenue avec les enfants venant aux cours plaine, puisque le moniteur ne se contente pas de retrouver les élèves sur les pistes, mais l'accompagne dans le transfert jusqu'à celles-ci. De plus, ces enfants reviennent également hebdomadairement bien que sur une période plus courte.

Finalement, la Swiss Snow League, le cursus de progression technique, permet de fidéliser le client et de le faire progresser à travers différents niveaux. Dès qu'un niveau est acquis, l'élève reçoit une médaille et peut accéder au niveau suivant.

5.2.5 Ressources clefs

Les ressources clefs de l'ESS Vercorin sont la neige et les pistes de ski, les moniteurs et les connaissances liées à l'enseignement des sports de neige.

Les moniteurs sont engagés soit à la saison, soit occasionnellement. Pour huit d'entre eux, l'emploi à l'ESS est leur occupation principale. Les autres sont des étudiants engagés pour une longue période durant les vacances universitaires ou des personnes actives professionnellement qui se libèrent occasionnellement pour les week-ends ou période de haute affluence. Des auxiliaires viennent compléter l'équipe durant les périodes de haute-saison. La plupart des auxiliaires sont des jeunes, habitués de Vercorin, résidents secondaires valaisans ou romands encore en formation scolaire ou apprentissage. Ceux-ci sont principalement engagés pour les cours « A nous la neige » du samedi et durant les vacances scolaires.

Afin de pouvoir enseigner dans une Ecole Suisse de Ski, les moniteurs doivent suivre des cours avant-saison, souvent dispensés par un moniteur certifié de l'école elle-même. De plus, les moniteurs ont la possibilité de se former auprès de trois organes différents : Jeunesse+Sport, Swiss Snowsports et SSBS (Association Suisse des Professions et des Ecoles de sport de neige). Les connaissances acquises au cours de ces formations sont d'ordre technique, méthodologique et pédagogique. Les connaissances tacites, c'est-à-dire celles apprises avec l'expérience sont également nécessaires aux moniteurs afin de savoir gérer une classe efficacement et de faire progresser l'élève au mieux. L'ESS Vercorin a créé

un carnet d'exercice aidant le moniteur à chaque niveau d'apprentissage. D'autres manuels sont également disponibles auprès de Swiss Snowsports.

Parmi les autres ressources, se trouvent le local où se situe le bureau de l'ESS ainsi que le vestiaire des moniteurs, la cabane au Jardin des Neiges et une caisse sur le domaine skiable où sont rangés le petit matériel utilisé pour animer les cours et créer des exercices, les accessoires servant à créer des parcours au Jardin des Neiges, les médailles et les carnets accompagnants, les vestes des moniteurs, les déguisements de Snowli et Tic Tac (ancienne mascotte), des DVA (détecteurs de victimes d'avalanche) et des luges.

5.2.6 Activités clefs

L'activité principale de l'ESS Vercorin est l'enseignement du ski. Afin de soutenir cette activité, différentes activités de soutien doivent être effectuées :

- Prise de la réservation effectuée par courriel, téléphone ou face à face ;
- Envoi de la confirmation par e-mail ;
- Remplissage de la feuille d'élèves avec nom et prénom de l'élève, date de naissance, contact des parents, niveau et type de cours, nom du moniteur, donnée avec une pochette à mettre autour du cou ;
- Envoi de celle-ci par courrier (si réservation anticipée par courriel ou téléphone) ;
- Facturation ;
- Répartition manuelle des cours ;
- Notification du programme aux moniteurs ;
- Préparation du cours par le moniteur ;
- Remplissage de la feuille de groupe par le moniteur ;
- Organisation de la compétition des groupes collectifs ;
- Organisation et mise en place de la salle pour la remise des médailles et création du diaporama des photos de la semaine ;
- Remise des médailles par les moniteurs aux enfants le vendredi dès 17h ;
- Remplissage de la feuille d'heures par les moniteurs ;
- Paiement des charges et des salaires.

D'autres activités doivent également être effectuées en amont de la saison comme par exemple l'engagement de moniteurs, la réalisation des cours avant-saison et la commande de matériels et des équipements.

L'ESS organise également des activités internes pour les moniteurs. Ainsi ceux-ci se retrouvent en début de saison pour une soirée raclette et l'école participe aux Championnats Valaisans des Ecoles Suisse de Ski durant lesquels les moniteurs se confrontent aux autres

moniteurs valaisans lors de compétitions. Les meilleurs pourront ainsi participer au Swiss Snow Happening, le Championnat Suisse des Ecoles de Ski.

5.2.7 Partenaires

L'ESS Vercorin est membre de Swiss Snowsports et bénéficie ainsi du logo, des actions de promotions et de la réputation de cette association. Parmi les axes de travail de cette association se trouvent l'enseignement d'une formation de grande qualité, une image du moniteur plus attractive et « la promotion des sports de neige grâce à des mesures adaptées et à la collaboration avec les partenaires » (Swiss Snowsports, 2015, p.5).

L'ESS Vercorin bénéficie également d'une réduction de 40% pour les moniteurs saisonniers sur l'équipement sportif nécessaire à leur profession, grâce à la collaboration avec l'Association Suisse des magasins d'articles de sport (ASMAS). De plus, certains moniteurs diplômés sont sponsorisés par des marques de ski ou snowboard.

Ensuite, l'ESS Vercorin collabore avec TVSA pour l'utilisation du domaine skiable et de certaines parties des pistes et doit la mandater pour l'exploitation et l'entretien du Jardin des Neiges.

De plus, elle est mandatée par le Ski-Club Brentaz Vercorin pour la gestion des cours « A nous la neige » proposés aux membres du Ski-Club Brentaz Vercorin et aux enfants domiciliés sur la commune. Ces cours ont lieu tous les samedis du 14 janvier au 25 mars et se terminent par une journée de clôture avec un concours interne. Les cours proposés dans ce programme sont mentionnés dans la partie « 5.2.1 Segments clientèle ». Ces cours sont organisés dans le but de faire skier les jeunes et sont proposés par le Ski-Club à un prix préférentiel. La différence des coûts est compensée par le Ski-Club grâce aux bénéfices réalisés lors des manifestations et la cotisation des membres (Cédric Porchet, CP, 2016). L'ESS Vercorin gère les inscriptions, la répartition des groupes, l'enseignement, la facturation ainsi que l'organisation du concours interne.

Un compte commun nommé « Promoski » a été fondé entre l'ESS Vercorin, TVSA et le Ski-Club Brentaz-Vercorin afin de financer l'achat de matériel utilisé par les trois sociétés et pour promouvoir le ski. Du matériel pour les compétitions a pu être financés ainsi que deux box freestyle achetés lors de la saison 2015/16.

Pour l'organisation de ses cours plaine, l'ESS s'organise avec le téléphérique et les bus navettes internes pour un transport rapide et efficace des enfants.

L'ESS Vercorin collabore également avec l'OT, TVSA et SAM pour l'organisation de l'évènement « Défi des 300 ». Il s'agit d'une course populaire sur le plus long slalom du monde. La première édition a eu lieu en 2016 et des célébrités comme Christian Constantin, Fanny

Clavien et Roland Collombin y ont participé. Le rôle de l'ESS dans l'organisation est de définir le parcours, d'organiser le déroulement du slalom ainsi que de trouver des bénévoles. L'ESS collabore également avec l'Office du Tourisme lors de la soirée du Nouvel An en effectuant une descente aux flambeaux pour animer la soirée.

Finalement, Goldtest est le fournisseur des combinaisons, des infrastructures de cours du Laviroz et des médailles.

5.3 Analyse SWOT

Suite à cette présentation du fonctionnement de l'ESS Vercorin, une analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités et menaces) a été effectuée et est présentée ci-dessous.

Tableau 7 : Analyse SWOT de l'ESS Vercorin

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Réputation et image - Bouche-à-oreille - Clientèle locale et fidèle - Cours plaine - Niveaux des moniteurs - Collaboration Ski Club Brentaz Vercorin - Taille des groupes – encadrement - Programme de fidélisation - Attractif pour les jeunes - Situation du bureau et visibilité - Convivialité - Connaissances de la région 	<ul style="list-style-type: none"> - Petite entreprise - Gestion et organisation manuelle - Principalement clientèle enfantine - Activités peu variées et axées sur la neige - Manque de visibilité et attractivité Internet
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Résidence touristique SwissPeak Resort - Résidence Bellecrête et pension la Forêt - Résidents secondaires - Liaison plaine et nouveau téléphérique - Lieu d'apprentissage du ski – domaine adapté (relief, chemins, télécabine) - Vercorin Major Park - Centre sportif du Laviroz - Moniteur, prestataire le plus en contact avec le client - Abonnement Val d'Anniviers et forfait Mosaïc - Nouvelle plateforme 	<ul style="list-style-type: none"> - Baisse clientèle étrangère - Recul intérêt des sports de neige - Changement climatique - Manque de logements pour clientèle de séjour - Diversité des loisirs - Situation financière des remontées mécaniques et installations vieillissantes - Rapport qualité-prix - Manque de compétitivité de la station - Manque de visibilité de la station - Collaboration difficile au sein de la station - Nouvelle loi sur les activités à risque - Mœurs avec les enfants

Source: Réalisation de l'auteur

5.3.1 Forces

Comme mentionné dans la partie « 5.2. Canaux de distribution », l'ESS Vercorin dispose d'un excellent réseau de bouche-à-oreille. Par conséquent, peu de moyens marketing doivent être déployés afin d'atteindre de nouveaux clients. La réputation de l'ESS lui est principalement conférée par le cours plaine qui séduit les parents. De plus, la qualité de l'enseignement,

l'encadrement attentionné des enfants et le niveau élevé des moniteurs renforcent cette réputation ainsi que l'image de l'équipement rouge et du logo. L'ESS Vercorin dispose de plusieurs moniteurs ayant un niveau de formation élevé, dont Baptiste Neurohr qui est expert pour les formations Swiss Snowsports. Ainsi, les jeunes moniteurs disposent d'une formation de qualité, progressent chaque année et de nouveaux éléments d'enseignement peuvent leur être apportés régulièrement.

Ensuite, l'ESS Vercorin a la chance d'avoir une clientèle locale et fidèle. Parmi, celle-ci se trouvent de nombreux résidents secondaires revenant régulièrement à Vercorin. Puisqu'elle a l'opportunité d'organiser les cours pour le Ski-Club Brentaz Vercorin, l'ESS attire également les membres du club. De plus, elle dispose également d'un excellent moyen de fidélisation grâce au système de médaille. Celui-ci est amélioré pour la saison 2016/2017 en proposant de nouvelles médailles intermédiaires ainsi qu'un système de fidélisation pour les niveaux avancés. Celui-ci est composé de huit médailles, formant un grand trophée. Ainsi, pour avoir le trophée, il est nécessaire de suivre les huit semaines de cours.

De plus, l'ESS Vercorin est un centre d'attraction pour les jeunes de la région (Arian Kovacic, CP, 2016). Une grande partie des auxiliaires a d'abord suivi le cursus de l'ESS, par le biais du Ski-Club, avant de devenir auxiliaires. D'autres, en revanche, viennent travailler depuis la plaine. La moyenne d'âge

L'ESS Vercorin dispose également d'une très bonne visibilité puisqu'elle est située sur la route menant à la Télécabine, à 500 mètres du départ de celle-ci, en face de l'arrêt du bus navette et en face de la future résidence SwissPeak Resort Vercorin.

5.3.2 Faiblesses

L'ESS Vercorin est une petite entreprise à gestion familiale. Par conséquent, aucune économie d'échelles ne peut être réalisée. De plus, la gestion des cours est actuellement faite manuellement, c'est-à-dire que l'horaire des moniteurs est noté sur papier et visualisable uniquement au bureau. Les programmes respectifs sont envoyés aux moniteurs la veille à 18h. Bien qu'il soit le même tous les jours de la semaine, le programme n'est connu que le dimanche soir. Par conséquent, il est compliqué pour certains moniteurs de s'organiser à l'avance. De plus, certains clients se rendent directement au Lavioz et souhaitent réserver sur place. Les moniteurs ne pouvant pas leur fournir d'informations quant à leur disponibilité doivent leur demander de se rendre ou de téléphoner au bureau de l'ESS.

Une autre faiblesse est le manque de diversité des activités proposées. En effet, elles sont principalement axées sur la neige et les sports de neige. De plus, la clientèle est essentiellement enfantine. La majorité des cours sont donnés en ski et les autres sports ne

représentent qu'un faible pourcentage. Finalement, l'ESS manque de visibilité sur le site web ainsi que sur les réseaux sociaux bien qu'elle dispose d'une page Facebook. Celle-ci compte 351 *like*. Au cours de la saison 2014/2015, une quinzaine de *posts* ont été publiés entre le 22 février 2016 et le 10 avril 2016. Le post précédent cette période remonte au 12 avril 2015. Ainsi, les publications de l'ESS Vercorin sur leur page Facebook sont ponctuelles et effectuées principalement durant la saison hivernale. De plus, la majorité de ses publications sont des partages de publications d'autres personnes en relation avec Vercorin, les cours ou le domaine skiable. Deux liens vers le site Internet de l'ESS Vercorin ont également été publiés. Ainsi, l'ESS Vercorin actuellement ne génère que très peu de contenu sur sa page Facebook.

5.3.3 Opportunités

La destination de Vercorin est un lieu idéal pour l'apprentissage du ski (Julien Petit, CP, 2016). Premièrement, le Jardin des Neiges est situé au centre du village et est organisé de manière ludique et progressive grâce aux différents reliefs (cf. description en annexe XXI). Il permet aux enfants d'apprendre les bases nécessaires dans un environnement sécurisant et adapté. Ensuite, le domaine skiable de Vercorin propose un relief adéquat pour les débutants. Les pistes les plus raides (hormis la piste noire de Tracuit) peuvent être évitées par des pistes bleues et des chemins faciles. Une zone 20km/h a été aménagée dans la zone débutante tandis que la télécabine est une remontée facile à prendre pour les enfants. D'autres petits chemins inoffensifs, situés aux bords des pistes, sillonnent le domaine skiable et sont très appréciés des enfants. Dès la saison 2016/17, un nouveau projet original de *funslope* et *snowpark* destinés aux débutants sera construit sur le domaine skiable (cf. annexe XXII). Celui-ci permettra d'apprendre les bases du freestyle aux enfants alors que dans la région les *snowparks* sont déjà ciblés pour les intermédiaires et avancés (Crans-Montana, Grimentz et Thyon). De plus, le domaine skiable de Vercorin n'est pas bondé ou surchargé, cela permet, d'une part, d'attirer des clients, et d'autre part, les débutants peuvent évoluer en toute sécurité sans avoir peur de se faire bousculer (Frédéric Glassey, CP, 2016). L'abonnement de ski est valable dans tous les domaines skiables du Val d'Anniviers et permet ainsi de faire des excursions et de changer de domaine lors des vacances. Le nouvel abonnement Mosaïc permet de découvrir 6 stations du Valais Central. Celui-ci sera également disponible dès la saison 2016/17 pour une durée de 3 à 7 jours.

Vercorin a la chance d'être situé proche de la plaine. Ainsi, la destination est accessible en 20 minutes depuis la sortie d'autoroute de Sierre-Ouest alors que les autres destinations environnantes sont plus éloignées. Vercorin est également relié à la plaine en 7 minutes seulement par un téléphérique compris dans l'abonnement de ski et un bus navette emmène gratuitement les skieurs jusqu'à la télécabine, offrant ainsi un accès rapide et confortable à la neige et aux pistes. De plus, un nouveau projet pour une cabine de 60 places est en cours, le

téléphérique arrivant en fin de concession. Ceci permettra de transporter plus de clients et de répartir l'affluence lors des périodes touristiques. Par ailleurs, les vélos, les bagages et les parapentes pourront être transportés de manière plus confortable. En parallèle, une nouvelle ligne desservant le départ du téléphérique est mise en place par les bus sierrois. L'ESS Vercorin pourra ainsi développer ses cours plaine et attirer plus de monde (Baptiste Neurohr, CP, 2016). Pour les jeunes, ce moyen de transport est avantageux car il leur permet de rejoindre rapidement une station de ski de manière autonome et bon marché. De plus, selon Valeria Ferrari, co-gérante de l'Hostellerie d'Orzival (CP, 2016), cet accès attire des clients qui à Vercorin en tant que lieu de base pour ensuite explorer la région.

Une nouvelle résidence touristique Swiss Peak, constituée d'appartements disponibles à la location commerciale uniquement est en cours de construction et sera inaugurée en décembre 2017. Elle sera constituée de 470 lits et sera située au pied de la Télécabine, en face du bureau de l'ESS Vercorin. Elle proposera notamment, un bar à vin, un pub, une salle de jeux, une salle polyvalente, un centre de bien-être et un magasin de sport (Mountain Resort Real Estate Fund SICAV, 2016). Gérée par le Tour Operateur (TO) Interhome AG, elle permettra une nouvelle commercialisation de Vercorin en figurant dans le catalogue d'un TO et représente une opportunité pour l'ESS de s'intégrer dans les prestations proposées aux clients. Selon Daniel Batory, responsable du projet chez Interhome (CP, 2016), la clientèle visée durant l'hiver est avant tout familiale, de classe moyenne, suisse et étrangère, tandis qu'en été elle est plutôt sportive (vététistes, randonneurs, parapentistes, etc.). La clientèle estivale ciblée est également composée de jeunes seniors voulant profiter de la montagne. Le but de proposer des logements et les remontées mécaniques à prix accessibles est d'attirer des clients, toujours prêts à payer pour pratiquer des activités diversifiées et à se déplacer dans la région (Marie-Françoise Perruchoud-Massy, CP, 2016 ; Alban Mathieu, CP, 2016).

Vercorin dispose également de 15 logements de groupe (cf. Annexe VI). Le plus grand d'entre eux est même situé au-dessus de l'Ecole de Ski et accueille régulièrement des camps. Toutefois, les participants à ces camps ne prennent que rarement des cours à l'ESS car ils sont accompagnés de leurs propres moniteurs. Parmi l'un de ces hébergements se trouve la Pension la Forêt entièrement rénovée pour accueillir des personnes à mobilité réduite. De plus, les cours handiski sont tendances et la demande est en croissance (Swiss Snowsports, 2015). Le fait que la nouvelle télécabine puisse transporter aisément des chaises roulantes est une belle opportunité. Cependant, la Pension étant propriété de l'ASA Valais, leurs camps sont prioritaires dans la location des logements. Leur budget de camp ne leur permet toutefois ni d'utiliser les remontées mécaniques ni de prendre des cours à l'ESS (Geneviève Albasini, responsable Pension La Forêt, 2015). Afin de saisir cette opportunité, un partenariat entre les trois entités concernées doit être développé.

Finalement, le rôle du moniteur ne doit pas être sous-estimé car d'une part il est la personne le plus en contact avec le client durant le séjour (Fred La Sala, CP, 2016) et d'une autre part le moniteur peut « créer des expériences de voyages fantastiques et des souvenirs positifs [...] par sa capacité à gérer la spontanéité, à trouver des occasions, à régler les problèmes, à s'assurer que tout le monde passe un bon moment à faire sentir à tous qu'ils sont les bienvenus et qu'ils font partie du groupe et à créer une dynamique qui mène à la camaraderie entre étrangers et rapproche les voyageurs des collectivités qu'ils visitent » (Commission canadienne du tourisme, 2004, p.11)

5.3.4 Menaces

Les menaces principales émergent d'une part du contexte décrit sous « 1.2 Situation actuelle et problématiques » et d'une autre part des problématiques de la destination de Vercorin.

Les problématiques mentionnées dans le contexte sont le changement climatique, le recul de l'intérêt pour les sports d'hiver, le manque de compétitivité des remontées mécaniques, la baisse de la clientèle étrangère, et la diversité des loisirs. Parmi celles-ci, le changement climatique menace le Jardin des Neiges, ressource importante de l'ESS Vercorin, situé à 1330 mètres. Les pistes situées sur le haut du domaine skiable devraient en revanche rester enneigée en raison de l'altitude assez élevée. A court terme, la période la plus cruciale sera celle de Noël et Nouvel An car l'enneigement arrive tardivement alors que la demande pour des cours est forte à cette période. Ensuite, les installations vieillissantes du domaine skiables sont considérées comme une « menace » pour l'ESS Vercorin, car les perches sont difficiles à prendre pour les enfants et certains se font soulever par l'installation. En snowboard, elles sont encore plus difficiles à prendre et beaucoup de temps est perdu durant le cours pour la remontée uniquement. De plus, l'ESS est dépendante des remontées mécaniques, ainsi il serait très compliqué de continuer à donner des cours de ski si celle-ci devait faire faillite suite aux difficultés financières des dernières années.

Concernant les menaces liées à la station de Vercorin se retrouvent le rapport qualité-prix peu attractif de la station ; le manque de compétitivité lié principalement au manque d'activités et d'animations au sein de la station notamment des activités indépendantes de la neige, en dehors de l'ouverture des installations et par mauvais temps ; le manque de visibilité dans la promotion de la station ; l'absence de clientèle de séjour en raison, entre autre, du manque de lits commercialisés et la difficulté de collaboration au sein de la station qui affecte la mise en place de nouveaux produits.

D'autres menaces sont liées directement à l'activité de l'ESS Vercorin. Premièrement, la nouvelle loi sur les activités à risque influence les activités de l'ESS bien que celle-ci n'effectue

que très peu de sortie freeride. Ensuite, les moniteurs étant en contact direct avec des enfants, des points délicats liés aux mœurs peuvent être rencontrés, lorsqu'il s'agit de les accompagner aux toilettes par exemple. D'autres points peuvent entraver le déroulement du service et sa qualité, comme par exemple les enfants ne voulant pas quitter les parents ou les parents qui se joignent aux cours, tandis que la gestion des enfants absents en cours privés est délicate pour l'ESS concernant le remboursement et la rémunération du moniteur.

6. Benchmarking

Dans cette partie sont présentées les pratiques de différentes écoles de ski nationales et internationales sélectionnées selon des critères qualitatifs définis. Une école américaine, deux écoles autrichiennes, deux écoles suisses, une école italienne et une entreprise française ont été choisies.

6.1 Smugglers' Snow Sport University - USA

Smugglers' Snow Sport University (SSU) est l'Ecole de sports de neige de Smugglers' Notch, une station américaine située dans le Vermont, au Nord des USA. Cette école a été choisie pour la comparaison, car d'une part elle est proclamée station familiale des Américains et a été élue « #1 Kid Friendly Resort in the East » par le *Ski Magazine Reader Survey 2017* (Smugglers' Notch Management LTD, 2016) et d'autre part, car elle a instauré un *Burton Riglet Park* pour apprendre le snowboard aux enfants de 3 à 5 ans.

Tout d'abord, le site de la *Smugglers Snow Sport University* (SSU) est directement ancré sur le site de la destination Smugglers' Notch. Ensuite, la SSU est responsable de créer des programmes d'animations pour les enfants au sein de la destination. Elle est la première station à avoir créé des programmes d'apprentissage basé sur les stades de développement et les capacités d'apprentissage des enfants (Smugglers' Notch Management LTD, 2016). Ainsi les groupes sont séparés selon l'âge des enfants (de 2 ans et demi à 20 ans) et des programmes ludiques et originaux sont proposés pour chacune des catégories.

Une garderie journalière est proposée afin que les enfants soient pris en charge durant toute la journée. Ainsi, en dehors des cours de ski des activités créatives sont proposées et des menus sains y sont cuisinés. L'équipement de ski, comprenant skis, chaussures et casque est inclus dans le cours et les enfants sont équipés à la garderie. Dans le Jardin des Neiges, des obstacles et attractions sont sculptés directement dans la neige comme des *hoops* (bosses), des virages relevés ou encore un mini-pipe. C'est également là que se trouve le

Burton Riglet Park. Ce concept a été créé par la marque Burton et propose des snowboards adaptés aux enfants facilitant l'apprentissage de ce sport. Une ficelle peut être installée sur le snowboard pour tirer et guider les enfants et les virages sont facilités par la construction du snowboard. De plus, le parc se veut ludique et amusant. (Smugglers' Notch Management LTD, 2016). De plus, SSU présente des vidéos sur le site qui donnent un aperçu des cours ou des conseils pour l'habillement des enfants.

Les cours sont disponibles par tranche de deux heures ou en camp à la journée. Le camp inclus le repas du midi et un après-ski pour les enfants dès 14h30 avec notamment un show de sciences, un spectacle de magicien, un spectacle de variété, une disco avec les mascottes géantes ou encore des projections de films. Un système GPS est intégré aux leçons afin d'enregistrer la vitesse, la distance parcourue ainsi que le dénivelé au cours de la journée (Smugglers' Notch Management LTD, 2016). Afin d'attirer les jeunes, des programmes sont conçus pour les 11-15 ans et les 16-20 ans, durant lesquels le terrain est varié (hors-pistes, snowpark) et le freestyle mis en avant, tout comme la possibilité de devenir moniteur.

La SSU a également élaboré un programme spécial pour les femmes. En s'inscrivant à ces cours, elles bénéficient en plus d'une réduction de 50% pour la garderie. Leurs programmes sont adaptés aux cours des enfants.

3 différents programmes leur sont proposés :

- 3 jours et nuits : ce programme comprend une fête de bienvenue, tous les repas, les cours de ski ou snowboard à la journée, l'abonnement aux remontées mécaniques, du yoga et des cours de fitness, des cadeaux surprises et 30% de rabais sur le logement.
- Sessions femmes : ce programme a lieu le mercredi, samedi ou dimanche et le repas et un cocktail après-ski y sont inclus
- Programme de 6 samedis ou dimanches consécutifs

De plus, la SSU propose des cours pour les personnes handicapées ainsi que des cours de snowboard et de freestyle nocturnes de 16h30 à 19h.

6.2 Serfaus-Fiss-Ladis - Autriche

Serfaus-Fiss-Ladis est une destination autrichienne réputée pour accueillir les familles (Serfaus-Fiss-Ladis, 2016). Deux écoles de ski sont présentes au sein de la destination Serfaus-Fiss-Ladis : *Skischule Serfaus* et la *Skischule Fiss-Ladis*.

Outre les cours de ski classiques, *Skischule Serfaus* propose une journée découverte sans les skis pour les tout-petits au cours de laquelle ils s'amuse, glissent et jouent dans la neige.

but d'accueillir les enfants dès 3 ans dans des conditions modernes leur permettant de combiner le jeu et le ski. Le *Berta SnowMobil* transporte également les enfants d'une zone à l'autre.

Figure 9 : Snow V



Source: Tyrol, 2016

La *Skischule Fiss-Ladis* dispose d'un concept unique au monde: le Snow-V. Il a été inventé et testé par l'Ecole elle-même et permet aux enfants d'apprendre plus facilement le chasse-neige. Les enfants glissent sur deux rails qui leur permettent d'ouvrir les skis en chasse-neige. S'ils n'y parviennent pas, les moniteurs peuvent actionner une manette, faisant découvrir la sensation du mouvement aux enfants. (Skischule Fiss-Ladis, 2014)

6.3 Swiss Mountain Sports Crans-Montana

La SMS de Crans-Montana a été choisie pour son accès facilité à la plaine et son évolution dans un environnement proche de Vercorin. SMS se décline en 5 domaines : Ecole de Ski & Snowboard, Ecole de Vélo, Activités et Camps d'Eté, Bureau des Guides et *Incentives* (offres destinées aux entreprises).

Au sein de l'Ecole de Ski & Snowboard, des cours collectifs de 3 à 15 ans sont proposés le matin, l'après-midi ou à la journée (incluant le repas), ainsi que des stages de compétition en ski, de freestyle et freeride en ski ou snowboard ainsi qu'un forfait de cours à la saison. Parmi les cours privés, des formules d'une heure, de 2 heures, de 2,5 heures, 3 heures ou à la journée sont à choix ainsi qu'une formule *Early Birds* pour les lèves-tôt de 8h45 à 9h45. Les prix sont différenciés selon l'heure et la période de la saison. Ainsi un cours coûte moins cher en basse saison ainsi que les après-midi. Des leçons privées *Happy Hours* de 14h30 à 16h30 sont également proposées avec un tarif préférentiel. Un service VIP, qui propose d'accompagner le client pour la location de l'équipement, pour le shopping, le retrait des abonnements ou encore lors de réservations est disponible, le cours est majoré de 25% avec ce service. Des sorties freeride sont proposées en privés ou en groupe, ainsi que de l'héliski et des cours avalanche. Des sorties annexes sont organisées en raquettes, en luge ou des descentes en flambeaux, parfois combinés avec une fondue. Finalement, SMS a créé une *Ski Academy* pour les personnes intéressées à se former en tant que moniteur et se « préparer en étant confronté aux réalités du monde des écoles de ski » (Yves Caillet, SMS, CP, 2016) grâce à des stages pratiques. Dès l'hiver 2016/17, les enfants ont la possibilité de s'inscrire au Freeride World Tour (FWT) Club. Il s'agit d'un programme à la saison incluant de la

technique freeride et freestyle, des corrections vidéos, des cours avalanche et une sortie encadrée par un rider professionnel du FWT.

La *Bike School* de SMS propose des cours de VTT Cross-Country, de DH (VTT de descente), de vélo de route, de *fatbike* ou de *skyver* (mix entre VTT et trottinettes qui se plient pour la montée) en formules privées ou collectives ainsi que des stages d'entraînement les weekends. Ces stages d'entraînement incluent l'hébergement, un encadrement professionnel, une assistance technique, des ateliers de techniques et nutrition ainsi que le forfait des remontées. De plus, SMS organise sur demande des camps pour les Clubs de Vélo ainsi que des camps d'une semaine en DH. Finalement, SMS propose également des locations et vente de vélos.

Dans le cadre des activités estivales, SMS propose des programmes d'activités à la matinée, l'après-midi ou à la journée. Ceux si sont réservables pour un jour individuel ou à la journée. Chaque jour une activité différente est organisée :

- sculpture et création artistique ;
- scooter 3 roues ;
- BBQ Party ;
- chasse au trésor ;
- dessin et peinture ;
- pêche, observation de marmottes et écureuils ;
- canoë-kayak ;
- VTT ;
- course d'orientation ;
- visite d'un glacier.

De plus des cours privés de natation, golf, tennis, tir à l'arc sont disponibles ainsi que des activités d'adrénaline comme des vols en parapente, en delta ou en hélicoptère, du rafting et du canyoning. Finalement durant l'été, plusieurs camps sont organisés, combinant sports et cours de français ou anglais. Des camps privés peuvent également être réservés.

Le Bureau des Guides intégré à SMS propose des sorties freeride et héliski, des cours avalanches, mais également de l'alpinisme en haute-montagne, de l'escalade, des via ferrata et des accompagnements en moyenne montagne. La section *Incentives* propose des journées de team-building sur la neige, avec ou sans ski, avec des challenges pour améliorer l'esprit d'entreprise ou des activités offertes en récompense. Des séminaires sur mesure peuvent également être organisés.

6.4 Courchevel Aventure - France

L'Ecole du Ski Français (ESF) de Courchevel 1850 propose des cours de ski, mais s'est également diversifiée dans les activités après-ski.

Parmi les cours de ski, des formules collectives ou privée sont proposées. De plus, une garderie est à disposition pour les enfants de 18 mois à 3 ans. Dès 18 mois, les enfants peuvent également expérimenter leur première sensation de glisse au village des enfants. L'ESF Courchevel propose des cours pour enfants, ados et adultes. Pour les enfants, les groupes sont de maximum six élèves afin de favoriser l'apprentissage, tandis que pour les plus grands les groupes sont élargis à huit élèves afin de favoriser le contact social (ESF Courchevel, 2016). Des sorties freeride, en héliski, en peaux de phoques ou du ski sur glacier sont également proposés.

Sous le slogan « Demandez-leur la lune » des activités variées et originales sont proposées dès la fermeture des pistes. A cet effet, une nouvelle entité, nommée « Courchevel Aventure » est spécialisée dans l'évènementiel et a été créée afin de vivre la montagne différemment. Leur vision est que leurs clients se divertissent, s'évadent, s'amuse, découvrent et se retrouvent en leur offrant de la magie et du rêve avec des activités insolites. Afin d'offrir ces expériences, Courchevel Aventure est née de la collaboration entre les Ecoles de Ski de Courchevel, la Société des 3 Vallées et les gérants privés. (Courchevel Aventure, 2015)

Leurs activités se déclinent pour deux types de publics : les familles et les entreprises. Toutefois les activités familles sont également dédiées aux personnes individuelles et aux couples. Ces activités sont proposées en journée, à l'après-ski ou en soirée. De plus, *Courchevel Aventure* organise des soirées sur-mesure pour des projets individualisés tels que des anniversaires, des mariages, des enterrements de vie de garçon/jeune fille et d'autres évènements festifs. Les activités proposées sont détaillées dans l'annexe XXXIV.

Pour les entreprises, des packages sont organisés avec transport depuis Grenoble pour une journée individuelle. Les entreprises ont le choix entre des défis, des olympiades ou des activités seules. Parmi celles-ci, elles ont la possibilité de faire une course d'orientation en raquettes, du biathlon ou de l'escalade sur glace, de construire un igloo, de se promener avec des chiens de traîneau, ainsi que les autres activités présentées en annexe.

6.5 Centrale Scuola Ski & Snowboard Livigno – Italie

Centrale Scuola Ski & Snowboard a été sélectionnée pour cette comparaison, car la destination de Livigno a été élue deuxième meilleure station de ski, derrière Zermatt par Mountain Management Consulting en collaboration avec l'Université d'Innsbruck. Cette enquête se base sur un sondage de 49'000 amateurs de sports de neige. (Best Ski Resorts, 2016)

Premièrement, les prix des cours de ski varient selon la période. Ainsi, quatre types de périodes sont différenciés et les prix adaptés selon la demande, comme présents ci-dessous dans le tableau 8. Les prix indiqués sont pour les cours collectifs de ski.

Tableau 8 : Différentiation des prix à Centrale Scuola Ski & Snowboard

Période	Dates	Prix
Promotionnel	26.11.2016 – 24.12.2016 & 16.4.2017 – 30.4.2017	115 €
Basse saison	15.1.2017 – 4.2.2017 & 26.3.2017 – 15.4.2017	120 €
Haute saison	8.1.2017 – 14.1.2017 & 5.2.2017 – 25.2.2017 & 5.3.2017 – 25.3.2017	130 €
Très haute saison	25.12.2016 – 7.1.2017 & 26.2.2017 – 4.3.2017	145 €

Source: Réalisation de l'auteure selon (Centrale - Scuola Ski & Snowboard Livigno, 2015)

Centrale Scuola Ski & Snowboard a mis en place un *Kinder Club* pour les enfants dès 3 ans avec la mascotte *Lupigno*. Ces cours se déroulent au Jardin des Neiges aménagé en parc de jeux avec des trampolines, des châteaux gonflables, un igloo, des toboggans, une piste de bouée, un carrousel et des balançoires. Les cours proposés sont combinés à la garderie et les repas peuvent également être pris en commun. Les cours pour les petits durent 2 heures et sont nommés *Ski&Play*, tandis que les plus grands bénéficient de 4 heures de cours *Ski Fun*. Deux semaines spéciales pour les enfants sont organisées durant la saison, une en basse saison et une en haute saison et incluent 15 heures de cours collectifs, une descente aux flambeaux, des cadeaux et un dîner en commun en fin de semaine.

De plus, *Centrale Scuola Ski & Snowboard* a créé la *Lupigno TV* diffusant des épisodes sur la mascotte et les cours de ski sur son site internet ou sur leur chaîne *Youtube*.

Centrale Scuola Ski & Snowboard propose également un package pour débutants de 3 heures disponible uniquement le samedi ainsi qu'un package de 4 jours de cours de ski de 2 ou 4 heures en famille ou entre amis.

Enfin, tous les mardis a lieu le show des moniteurs de ski. Ceux-ci démontrent des techniques de descente, effectuent des figures, concourent dans un slalom géant et finissent avec une descente aux flambeaux.

6.6 Flims Laax Falera - Suisse

Cette destination a été choisie car la scénarisation de leur Jardin des Neiges a été promue par Suisse Tourisme dans leur magazine « mySwitzerland – Le magazine de vos vacances en Suisse. Hiver 2016/2017 ». De plus, Laax a été nommé meilleur endroit pour faire du

freestyle dans le sondage effectué par Mountain Management Consulting et l'Université d'Innsbruck (Best Ski Resorts, 2016).

Le Jardin des Neiges a été scénarisé autour d'Ami Sabi, le magicien qui raconte des contes, chante des chansons, fait des tours de magie et enseigne la forêt et les animaux aux enfants. Des rituels ont été établis pour aider les enfants et une barrière magique empêche les parents d'accéder à la forêt d'Ami Sabi. De plus, pour chaque étape réussie, les enfants collectent des petits trésors. La crèche est également thématifiée autour de ce personnage mystérieux. Celui-ci est joué par un homme de la région qui se dédie uniquement à ce personnage durant les périodes touristiques, hiver comme été. (Zemp, 2016)

La *Freestyle Academy* située au pied des pistes, dans le bâtiment des remontées mécaniques est la première salle intérieure dédiée au freestyle en Europe (Ski School Flims Laax Falera, 2016). Des trampolines, des rampes de skateboard, une rampe de lancement pour snowboard, ski ou vélos ainsi qu'un bac à mousse sont accessibles aux *riders*³ voulant améliorer leurs *tricks*⁴. Des cours collectifs freestyle sont proposés à la semaine parmi trois périodes à choix (26.12.2017 – 6.1.2017 / 30.1.2017 – 3.3.2017 / 10.4.2017 – 14.4.2017) et deux demi-journées sont consacrées à l'entraînement en salle.

La *Ski School Flims Laax Falera* a également créé une *Race Academy* pour les amateurs de compétition, leur offrant la possibilité de tester l'atmosphère d'une course, d'améliorer leur technique ou de préparer une course. Ces cours sont proposés de manière privée ou collective.

Finalement, l'école grisonne a créé un package pour débutants incluant 4 heures de cours, les repas, l'abonnement aux remontées mécaniques et la location de l'équipement pour 129 CHF. Elle propose également un cours combiné de ski et snowboard pour les enfants de 6 à 17 ans débutant en snowboard : les cours de ski sont donnés du lundi au mercredi tandis que le snowboard est à l'honneur le jeudi et le vendredi.

³ Amateurs de freestyle

⁴ Figures effectuées en freestyle

7. Recommandations

L'ESS Vercorin doit se positionner en tant que prestataire pour l'enseignement de sports de glisse aux débutants dans un environnement adapté pour l'apprentissage. Grâce à son service de qualité, l'ESS Vercorin fidélise facilement les clients, ainsi elle doit se concentrer sur l'attraction de nouveaux clients débutants (enfants ou adultes) qui viennent avec leur famille.

Les stratégies suivantes sont proposées afin d'atteindre cette vision :

1. **Créer de nouveaux produits selon le positionnement** – La variété en termes d'activités est un critère capital dans le choix d'une destination. Toutefois, il est nécessaire de respecter le positionnement et les rôles au sein de la station de Vercorin dans le développement de nouveaux produits. Ainsi, l'ESS doit rester concentrée sur les sports de glisses.
2. **Surprendre sa clientèle en ravivant ses anciens produits** – La clientèle de l'ESS Vercorin étant fidèle et régulière, elle retrouve chaque année les mêmes produits. Afin de lui donner envie de revenir en la surprenant. De plus, cela créera des émotions
3. **Développer l'été et l'automne** – L'hiver est menacé par le changement climatique. En revanche, l'été et l'automne deviennent attractifs. L'ESS Vercorin doit étendre son champ d'activités à la saison estivale, tout en gardant son positionnement. Les activités proposées doivent justifier un encadrement et se démarquer des autres stations.
4. **Réinterpréter le rôle du moniteur** – Le moniteur n'est pas qu'un simple prestataire. Il reste en contact direct durant toute la durée du séjour de son client. Ainsi, il doit se comporter en tant que guide et ambassadeur de sa station.
5. **Favoriser les rencontres** – Vercorin est le lieu convivial par excellence. Les rencontres avec les habitants locaux sont de plus en plus demandés. En créant des opportunités de rencontre, le client sera d'autant plus satisfait et reviendra coûte que coûte.
6. **Rester en contact avec le client** – Bien que la majorité des clients soit fidèle, l'ESS Vercorin doit entretenir ce lien particulier que le client crée avec le village et leur montrer qu'ils font partie de la vie de la station.

En fonction de ces stratégies, des propositions concrètes ont été élaborées et sont décrites dans les chapitres suivants. Pour chaque activité, un développement plus détaillé se trouve en annexe dès l'annexe XXIV à la page 110.

7.1 Offres hivernales

7.1.1 Initiation au ski avec Snowli

Le but de cette offre est d'une part de donner envie aux enfants de prendre des cours en scénarisant le Jardin des Neiges avec Snowli et en proposant des jeux avec d'autres enfants. De l'autre part, il s'agit également de convaincre les parents indécis. Ceux-ci hésitent souvent car ils ne savent pas si le ski plaira aux enfants. Ainsi ils ont la possibilité d'essayer à petit prix avant d'acheter un cours à la semaine. Le prix proposé doit être attractif ou doit comprendre un rabais pour les cours à la semaine. L'organisation de cette initiation se fait par postes.

Pour aller plus loin

Scénarisation du Jardin des Neiges constante avec organisation par postes plutôt que par groupes durant la haute saison : Au lieu d'organiser les classes par groupe avec deux moniteurs par groupe, mettre un moniteur par poste et faire passer les enfants d'un poste à l'autre selon leur progression. Chaque enfant évolue de manière différente et la progression des enfants peut être freinée au sein d'un groupe par les plus faibles. Dès qu'un niveau est acquis celui-ci peut rejoindre le poste suivant. Sur le long terme, la présence de chaque mascotte représentant les niveaux (ours, pingouin, serpent et kangourou) peut également être envisagée.

7.1.2 Initiation snowboard dès 3 ans

Le but de cette offre est de renforcer le positionnement de Vercorin et de l'ESS dans l'apprentissage des sports d'hiver et en plus de relancer le snowboard qui est en baisse depuis 10 ans (Baptiste Neurohr, CP, 2016). Auparavant, le snowboard était déconseillé pour les moins de 10 ans car il était considéré comme mauvais pour les genoux et le dos. De plus, les planches de snowboard n'étaient pas adaptées aux petits enfants. Grâce à l'élaboration de nouvelles planches par la marque Burton, le snowboard est maintenant accessible aux enfants dès 3 ans grâce à une structure souple et sans carres. Certains modèles peuvent même être utilisés sur tapis ou gazon. De plus, un système a été conçu afin de tirer l'enfant et le guider. Actuellement, les générations de snowboarders traditionnels arrivent dans l'âge où leurs enfants commencent ou ont déjà commencé l'apprentissage des sports d'hiver.

7.1.3 Offre « Découvrez les joies du ski »

Cette offre est destinée aux skieurs débutants adultes vivant en plaine qui ne possèdent pas d'équipement de ski, notamment les personnes issues de la population immigrante. Le but est de leur faire découvrir la culture du ski en leur proposant 2 heures d'initiation au Lavioz suivi d'un après-ski avec des produits du terroir et d'une fondue dans une ambiance détendue et convivial. Il est nécessaire que le prix soit attractif et comprenne toutes les prestations

indispensables à la pratique du ski, y compris l'équipement. L'objectif ultime, outre de convertir de nouveaux skieurs, est qu'ils reviennent avec leurs enfants.

7.1.4 Programme après-ski

Ce programme est conçu afin de diversifier les activités de l'ESS et d'amener une plus grande variété d'activités au sein de son offre et au sein de la destination. Le programme vise à proposer des activités sportives en dehors des ouvertures du domaine skiable, principalement durant la période de haute saison.

Pour les enfants et les jeunes, la principale ressource exploitable est la patinoire. Chaque soir une activité est proposée : apprendre à patiner, parcours fun de patinage, curling, hockey, disco-glace.

Pour les adultes en revanche, des promenades accompagnées en raquettes, des initiations au ski de fond, des initiations au curling le même soir que les enfants afin que les familles puissent s'amuser ensemble et des initiations nocturnes aux peaux de phoques peuvent être organisées.

Pour aller plus loin

La Buvette du Lavioz se situe juste à côté de la patinoire et peut ainsi proposer en parallèle des activités pour les enfants des activités destinées aux parents, tels que jeux de carte, dégustation de bières artisanales locales, dégustation de produits du terroir et concerts.

7.1.5 Cours collectif « parents-enfants »

Le but de ce cours est d'une part de pallier à la problématique des enfants de 2 à 4 ans qui ne veulent pas se détacher des parents pour skier avec un moniteur et d'autre part d'amener une plus-value aux parents. Ceux-ci s'enrichissent, passent du temps avec leurs enfants et rencontrent d'autres parents. Le cours se déroule de manière collective avec maximum 5 couples « parent-enfant », soit en forfait de 5 cours soit en cours unique. Le rôle du moniteur est simplement de guider les parents dans l'apprentissage du ski avec leur enfant et de leur donner des conseils personnalisés. Le cours dure 45 minutes, a lieu en fin d'après-midi en semaine pour les vacanciers et les samedis pour les excursionnistes et visiteurs réguliers. Le cours est ensuite suivi d'un goûter pour les enfants et d'un apéro pour les parents.

7.1.6 L'offre Défi des 300

L'offre « Défi des 300 » propose une préparation à la course populaire sur le plus long slalom au monde. Le but de ce produit est d'utiliser l'évènement phare de l'hiver pour attirer une clientèle adulte au sein de l'ESS Vercorin. Elle se décline en deux versions :

- Le forfait « Défi des 300 » comprenant 5 journées thématiques

Ce forfait cible les clients réguliers et locaux avec 5 cours thématiques d'1h30 ayant lieu les week-ends avant la course. Les thèmes abordés concernent la technique de compétition en slalom, l'essai de skis spécifiques, la préparation de l'équipement, la nutrition avant une course, la correction vidéo ainsi que le chronométrage pour mesurer la progression. Ce forfait vise une clientèle adulte régulière, tels que les résidents secondaires et les excursionnistes locaux qui participeront à la course.

- Le cours privé « Défi des 300 » d'1h30 à la carte

Cette formule est un cours privé sur la technique de compétition en slalom. Il s'adresse aux gens n'ayant pas la possibilité ou ne souhaitant pas suivre le programme complet ainsi qu'aux touristes qui souhaitent progresser et s'initier au slalom.

7.2 Activités estivales

Les activités actuelles de l'ESS Vercorin se concentrent uniquement sur la saison hivernale. Toutefois, avec le réchauffement climatique, la station de Vercorin est menacée puisqu'elle n'est pas située en haute altitude, surtout le Jardin des Neiges qui est situé à 1330m uniquement. Par conséquent, l'ESS doit transférer son positionnement d'encadrement de qualité et celui de Vercorin comme lieu idéal pour l'apprentissage sur la saison estivale également. Baptiste Neurohr propose actuellement des stages et cours de tennis qui sont promus par l'ESS Vercorin. Les activités proposées ne doivent pas entraver l'offre « Vercomnisports » déjà proposés au Centre sportif du Lavioz. Ci-dessous se trouvent des propositions pour des sports praticables l'été à Vercorin et qui se différencient des autres sports proposés en station, sauf le VTT qui est un sport plutôt classique mais qui a du potentiel de développement. De plus, il est important que les activités estivales développées justifient l'encadrement d'un moniteur.

7.2.1 VTT

Le VTT est un sport à développer durant la saison estivale car il est actuellement en plein boom et la destination Anniviers veut se positionner pour attirer les amateurs de ce sport.

Parmi les différentes pratiques du VTT, se trouve le DH (*downhill* en anglais, VTT de descente en français). St-Luc, Montana, Belalp et Verbier ont développé ce sport en Valais et les stations sont de plus en plus nombreuses à vouloir développer cette pratique pour exploiter les remontées mécaniques en été. Toutefois, peu de stations proposent cette pratique pour les enfants et pour les débutants, la plus proche étant Métabief en France qui a développé

une piste verte. Châtel, dans les Portes du Soleil, propose également des pistes vertes mais le dénivelé est déjà plus raide.

Ainsi, Vercorin a une carte à jouer, de même que l'ESS pour l'encadrement en développant l'apprentissage du VTT de descente pour les enfants.

7.2.2 Mountainboard

La *mountainboard* est une planche montée sur quatre roues remplies d'air avec un système de frein actionné à la main (Techno-Science, 2016). La planche permet de descendre des routes, des routes forestières mais également des terrains en tout genre. Seul un nombre réduit de prestataires propose cette activité en Suisse : un au Val-de-Travers, un à Appenzell et un au Tessin (Suisse Tourisme, 2016). Avant de s'élancer sur des chemins, il est nécessaire d'avoir une introduction sur la pratique. L'offre de l'ESS concernant ce cours peut s'adresser aux enfants au Centre sportif du Lavioz avec des parcours ludiques, mais également aux jeunes et aux adultes souhaitant faire une randonnée.

7.2.3 Ski sur herbe

Le ski peut se pratiquer sur l'herbe en été, soit avec des skis à roulette ou avec des skis à chenille. Cette discipline existe depuis les années 60 et est très populaire en Libye. Swiss Grasski est la filière de cette pratique au sein de Swiss Ski et il existe des cours FIS. En Suisse, trois endroits sont actuellement connus pour la pratique de ce sport : Goldingen (SG), Escholzmatt-Marbach (LU) et Bömmeli (AG). La pratique est comparable au ski alpin, toutefois, il n'est pas possible de « carver » et le freinage se fait en remontant la piste. (Swiss Olympic, 2011 ; Swiss Grasski, 2016)

7.3 Mesures et services

Dans cette partie, trois services pour les clients sont développés et trois mesures internes sont proposées.

7.3.1 Le Père-Noël te rend visite

Beaucoup de familles se rendent à Vercorin pour passer les vacances de Noël ensemble. Le but de ce service est de proposer une visite du Père Noël à domicile afin de créer des émotions et offrir l'expérience de Noël d'une part, et de l'autre, d'utiliser ce service comme moyen de promotion pour l'ESS Vercorin. Il est également envisageable d'offrir cette prestation aux enfants de 2-3 ans prenant des cours privés. Pour aller plus loin, Snowli pourrait accompagner le Père-Noël lors de ses visites et l'ESS Vercorin pourrait offrir un *goodie* (cadeau avec l'effigie de l'ESS Ver coin). Prix à envisager : 10 CHF les 15 minutes.

Marche à suivre

1. Créer un formulaire « Demande au Père-Noël de te rendre visite » disponible au bureau et chez les prestataires avec les informations suivantes : Nom, prénom(s), adresse, adresse-mail, numéro de téléphone.
2. Préparer un paragraphe type à inclure dans les e-mails de confirmation pour les cours durant la semaine de Noël.
3. Demander le costume de Père-Noël à l'OT
4. Organiser un tournus dans le village selon les demandes et trouver un moniteur Père Noël et un moniteur accompagnant

7.3.2 Café de l'ESS

L'ESS Vercorin dispose d'une place à côté de son bureau, situé en face de la future résidence SwissPeak, où elle peut installer un café mobile (pour éviter les autorisations de construire). Le but de ce café est d'offrir une possibilité où attendre le moniteur et les élèves qui reviennent des cours. En effet, il est fréquent que les parents arrivent avant et doivent attendre à l'extérieur. De plus, le café est un lieu convivial où les rencontres entre parents sont favorisées. Le café doit être ouvert au minimum le matin de 8h30 à 10h30 et l'après-midi de 16h à 18h. Il permet également de remplir les horaires des moniteurs. Afin d'attirer le plus de clients, il serait envisageable de donner rendez-vous aux clients du Jardin des Neiges à l'ESS puis d'emmener les enfants accompagnés du moniteur avec la navette jusqu'au Centre Sportif du Lavioz.

Marche à suivre

1. Demander un devis à Alex Neurohr pour un container-bar équipé
2. Investir dans un container-bar équipé
3. Achat de boissons et matériel
4. Organisation des moniteurs pour le service

7.3.3 La prestation surprise

Afin de fidéliser le client, il est nécessaire d'offrir la prestation supplémentaire à laquelle le client ne s'attend pas. Jusqu'à maintenant l'ESS Vercorin offrait des médailles lors du concours des groupes collectifs. Ce travail propose d'offrir un *goodie* de l'ESS Vercorin, tel qu'un masque de ski, un sac à dos, une peluche, une gourde, un cache-cou, un bonnet, une paire de gants, un t-shirt, un puzzle, un livre à colorier, un porte-clefs, etc. Ces dépenses sont à inclure dans le budget marketing et peuvent également être utilisés comme moyens de promotion lors de manifestations. Ce cadeau doit rester une surprise, ainsi il est nécessaire

de le varier régulièrement, puis après quelques années de trouver une nouvelle manière de surprendre les clients.

Marche à suivre

1. Demander des devis à différentes entreprises pour la production en masse
2. Prévoir un budget marketing
3. Offrir un cadeau adapté à la tranche d'âge au premier uniquement ou aux trois premiers (selon le budget)
4. Varier les cadeaux offerts de semaine en semaine et d'année en année

7.3.4 Amélioration de la visibilité de l'ESS Vercorin sur les réseaux sociaux

Le but de cette mesure est d'augmenter le réseau du bouche-à-oreille de manière numérique et d'atteindre ainsi plus de personne par la promotion. Actuellement, les réseaux sociaux gagnent en importance pour la prise d'information. De plus, ils permettent de récolter des avis. Ainsi l'ESS peut augmenter l'audience de son image et sa réputation.

La nouvelle tendance concernant les réseaux sociaux sont les UGC (User Generated Content), contenu généré par les utilisateurs en français. Ceci veut dire que le client crée du contenu sur les réseaux sociaux à la place de l'entreprise. Il est donc important d'inciter les clients à poster des publications. Toutefois, la clientèle principale de l'ESS est trop jeune pour les réseaux sociaux. En revanche, les moniteurs et les jeunes du ski-club sont des adeptes des réseaux sociaux ainsi que certains parents. Des propositions concrètes afin de dynamiser la page Facebook de l'ESS Vercorin sont présentées en annexe.

7.3.5 Cours avant-saison

Les moniteurs sont confrontés à des enfants, à des situations inattendues et à certaines mœurs. La gestion de ces situations dépend des capacités du moniteur, mais également de son expérience. Les moniteurs avec le moins d'expérience commencent à enseigner aux niveaux inférieurs avec les enfants plus petits, alors que les situations délicates apparaissent principalement chez ceux-ci. Lors des cours avant-saison, les moniteurs sont principalement formés à l'enseignement et la technique. Afin de les préparer au mieux et de garantir une bonne expérience pour l'enfant, intégrer des jeux de rôles permet de confronter les moniteurs de manière réelle, d'ouvrir la discussion sur certains sujets délicats de manière détendue et d'amener une nouveauté au sein des cours avant-saison.

Marche à suivre

1. Avec les moniteurs expérimentés, rassembler des situations inattendues et délicates
2. Choisir les situations les plus inattendues et difficile à gérer
3. Lors des cours avant-saison, définir des groupes

4. Définir les rôles par personne (sans que les autres participants du groupe ne le sachent)
5. Jouer la situation
6. Discuter de la situation

7.3.6 Informatisation du système de gestion

Finalement, l'informatisation de la gestion des réservations permettrait d'alléger le travail administratif, d'optimiser l'efficacité et de rendre l'organisation plus simple pour le moniteur. Celui-ci doit disposer d'un accès intranet via une application sur son smartphone pour pouvoir accéder à son horaire en tout temps. Dès qu'un nouveau cours est réservé, il est automatiquement affiché sur son planning. Cela lui permettra d'avoir son planning en avance et de pouvoir s'organiser. De plus, il doit avoir la possibilité d'inscrire un cours (qui doit tout de même être confirmé par le bureau) si une demande spontanée lui parvient sur le domaine skiable ou au Centre sportif du Lavioz. Finalement, cette gestion permettra d'avoir une base de données instantanée sur les clients.

Pour aller plus loin

Ce système pourrait être disponible pour les clients des cours privés qui choisissent ainsi librement leur plage horaire selon les disponibilités.

Marche à suivre

Contactez Pierre Balet pour un devis de création d'un système informatique

Conclusion

L'ESS Vercorin propose un produit de qualité fiable que les clients apprécient et recommandent. De cette manière, l'ESS Vercorin s'est dotée d'une excellente réputation au sein de la population de plaine et peut compter sur un réseau de bouche-à-oreille efficace pour la promotion de ses cours. De plus, l'ESS dispose ainsi d'une clientèle fidèle et régulière et les nouveaux clients sont facilement fidélisés. Cependant, elle enregistre tout de même une baisse de la fréquentation, due à des facteurs externes sur lesquelles l'ESS n'a pas d'influence. Il s'agit principalement du rapport qualité-prix et du manque de logement au sein de la station.

Vercorin est une station accessible rapidement et confortablement depuis la plaine et offre un relief parfait pour l'apprentissage du ski. Loin des foules et de petite taille, la station permet aux familles de passer des vacances paisibles et conviviales alors que les enfants utilisent le village comme terrain de jeu. En revanche, elle offre peu d'activités pour les adolescents et les jeunes adultes. De plus, ceux-ci ne représentent pas de clientèle potentielle pour l'ESS Vercorin car ils aspirent à l'autonomie.

En raison du réchauffement climatique, le domaine skiable de Vercorin est partiellement menacé. L'espace débutant situé au Centre sportif du Lavioz, lui, est en danger sur le long terme. L'été et l'automne représente un potentiel de développement intéressant puisque les tendances de fréquentation indiquent une augmentation durant cette période.

Les principales recommandations pour l'ESS Vercorin consistent à étendre son réseau de bouche-à-oreille aux moyens de communications numériques ; à cibler un public local et débutant ; à transférer son positionnement sur la saison estivale en développant des pratiques lui permettant de se démarquer des autres destinations, telles que le VTT de descente pour enfants, la pratique de *Mountainboard* et le ski sur herbe et à diversifier les activités proposées car la variété d'offre constitue un facteur important pour le choix d'une destination.

Les perspectives de recherches ultérieures résident dans l'élaboration d'un questionnaire de satisfaction et d'analyse de potentiel auprès de la clientèle ciblées pour les prestations proposées ; l'étude d'une collaboration avec l'ASA Valais afin de positionner l'ESS Vercorin et la station de Vercorin en tant que destination « sans barrière » ainsi qu'analyse de faisabilité d'un parc d'activités au Centre Sportif du Lavioz.

Références

- ACS. (2015). *Le zorbing, une activité insolite pour vos prochaines vacances !* Récupéré sur : <http://www.acs-ami.com/fr/blog/guide-voyage/zorbing-activite-insolite/>
- Alpslodge. (2016). *Winter Holidays Fiss*. Récupéré sur : [http://www.alpslodge.at/en/winter/winter-holidays-fiss.html#lightbox\[lb3000000\]/8/](http://www.alpslodge.at/en/winter/winter-holidays-fiss.html#lightbox[lb3000000]/8/)
- Best Ski Resorts. (2016). *Best Ski Resort Awards 2016*. Récupéré sur : <http://best-skiresorts.com/en/best-ski-resort-awards-2016/>
- Bétrisey, G. (2016). Un immense défi pour les remontées mécaniques valaisannes ! *Valais Valeur Ajoutée* (7), 28-29.
- Bieger, T., Laesser, C., & Beritelli, P. (2004). Tendance de la demande sur le marché mature des voyages aux sports d'hiver. Le cas des touristes suisses. *Revue de géographie alpine*, 92(4), 33-40.
- Bourdeau, P. (2007). *Les sports d'hiver en mutation. Crise ou révolution géoculturelle*. Paris: Lavoisier.
- Centrale - Scuola Ski & Snowboard Livigno. (2015). *Children's Courses*. Récupéré sur: <http://www.scuolascentrale.it/en/lessons/children-courses/>
- Clergeau, C. (2014). *Management des entreprises du tourisme : Stratégie et organisation*. Paris: Dunod.
- Clivaz, A. (2016). « Il n'y a pas vraiment de plan B ». (Zuber, G.) *Valais Valeur Ajoutée* (7), 44-45.
- Commission canadienne du tourisme. (2004). *Définir le produit touristique de demain. La forfaitisation d'expériences*. Canada : Commission canadienne du tourisme.
- Cottet, G. (2016). « Une opportunité exceptionnelle pour les RMV ». (Planche, D.) *Valais Valeur Ajoutée* (7), 48.
- Courchevel Aventure. (2015). *Catalogue Hiver 2016*. . Récupéré sur: <http://www.courchevelaventure.com/wp-content/uploads/2015/09/Catalogue-Individuel-2016.pdf>
- ESF Courchevel 1850. (2016). *Ados*. Récupéré sur : <https://www.esfcourchevel.com/ados>
- France Montagnes. (2016). *Cet hiver, découvrez l'airboard*. Récupéré sur: <http://www.france-montagnes.com/webzine/activites/cet-hiver-decouvrez-lairboard>
- FST. (2016a). *Rapport annuel 2015*. Berne : Fédération Suisse du Tourisme.
- FST. (2016b). *Le tourisme suisse en chiffres 2015*. Berne: Fédération Suisse du Tourisme.
- Fioletto, A., & Constantin, K. (2016). Comment renforcer la compétitivité d'une branche sous-valorisée ? *Valais Valeur Ajoutée*, 52-53.
- Freyer, W. (2011). *Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. München : Oldenburg
- Girschik, K., Frick, K., & Bosshart, D. (2007). *Perspectives d'avenir du tourisme valaisan. Etude marquant le 70e anniversaire de Valais Tourisme*. Rüschlikon: Gottlieb Duttweiler Institut.

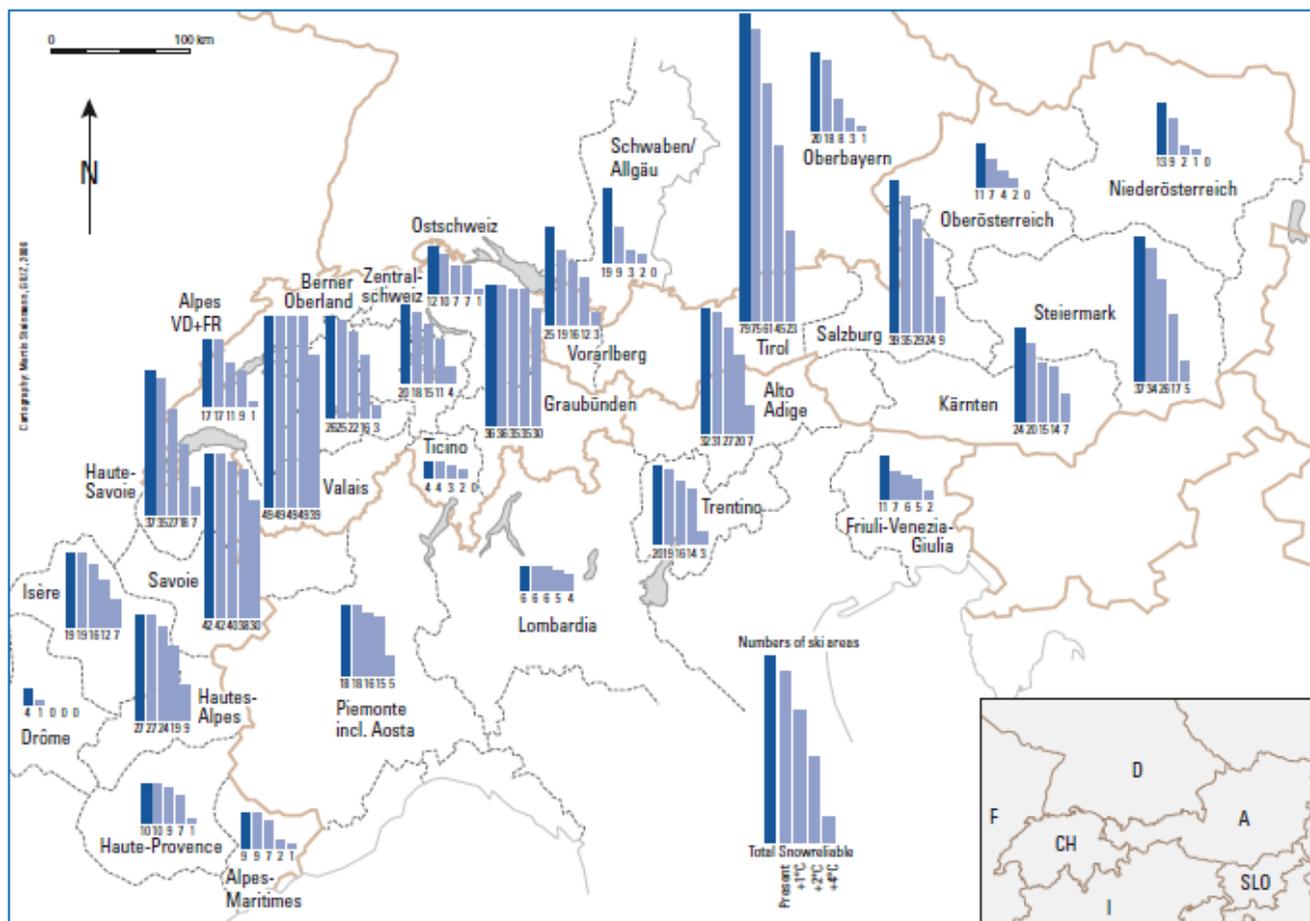
- grischconsulta. (2016a). *Trendreport Bergbahnen wohin? – 2025. Modul 1 – Trendreport Zielgruppen und Märkte (Auszug)*. Récupéré sur <http://www.grischconsulta.ch/wp-content/uploads/2016/04/Auszug-Bericht-BBwohin.pdf>
- grischconsulta. (2016b, 14 avril). "Quel avenir pour les remontées mécaniques en 2025?" *Rapport de tendance sur les groupes-cibles et les marchés de demain*. Récupéré sur <http://www.grischconsulta.ch/wp-content/uploads/2016/04/Medienmitteilung-Franz%C3%B6sisch.pdf>
- Hallmann, K., Feiler, S., Müller, S., & Breuer, C. (2012, Mai). The interrelationship between sport activities and the perceived winter experience. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 145-163.
- Kovacic, Arian (2016, 20 juin). *Stratégie touristique de Vercorin*. Maison bourgeoise de Vercorin : Auteur.
- Kreziak, D., & Frochot, I. (2011). Co-construction de l'expérience touristique. Les stratégies des touristes en stations de sport d'hiver. *Décisions Marketing* (64), 23-33.
- Kuonen, M. (2016, 20 septembre). *Présentation Valais/Wallis Promotion*. HES-SO Valais/Wallis : Auteur.
- Laliberté, M. (2005, mars 23). *L'expérience touristique c'est...* Récupéré sur: <http://veilletourisme.ca/2005/03/23/l'experience-touristique-cest/>
- Le Nouvelliste. (2016). *Le réchauffement climatique sera deux fois plus marché en Suisse que partout dans le monde*. Récupéré sur <http://www.lenouvelliste.ch/articles/suisse/le-rechauffement-climatique-sera-deux-fois-plus-marque-en-suisse-qu-ailleurs-dans-le-monde-465618>
- Linternaute. (2016). *Dictionnaire français*. Récupéré sur: <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/>
- Lugon, R. (2014). *Remontées mécaniques et hôtellerie en Valais. Des acteurs clés de la chaîne touristique fortement liés*. dans Tous à la neige ! (2014)
- Macchiavelli, A. (2009). Le tourisme alpin : conditions pour l'innovation et ambivalences dans le développement. *Revue de géographie alpine*, 97(1), 84-99.
- Maulini, O. (1996). *Apprendre sans le savoir ? De la forme scolaire en générale, de l'éducation physique en particulier et de l'enseignement du ski pour illustrer*. Genève: Université de Genève.
- Mountain Resort Real Estate Fund SICAV. (2016). *Vercorin SwissPeak Resort*. Récupéré sur: <http://mountain-resort.ch/projet/swisspeak-resort-vercorin/>
- Müller, H., & Weber, F. (2008). *2030 : Der Schweizer Tourismus im Klimawandel*. Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern.
- Observatoire Valaisan du Tourisme. (2013). *Petites stations de ski: investir pour ne pas mourir. Sociétés de remontées mécaniques en crise*. Récupéré sur <https://www.tourobs.ch/de/artikel-und-news/artikeln/id-1930-petites-stations-de-ski-investir-pour-ne-pas-mourir/>
- Observatoire Valaisan du Tourisme. (2015a). *Petites stations de montagne. Comment rester compétitif sur un marché mature ?* Récupéré sur <https://www.tourobs.ch/fr/actualites-et-articles/articles/id-2083-petites-stations-de-montagne/>

- Observatoire Valaisan du Tourisme (2015b). *A l'écoute de nos hôtes. Analyse descriptive. Anniviers*. Sierre : Observatoire Valaisan du Tourisme.
- Observatoire Valaisan du Tourisme. (2016). *Fidélisation de la clientèle : Lyon et Val Thorens expliquent leurs stratégies*. Récupéré sur <https://www.tourobs.ch/fr/actualites-et-articles/articles/id-4456-fidelisation-de-la-clientele-lyon-et-val-thorens-expliquent-leurs-strategies/>
- OCDE. (2016). *Définir l'innovation*. Récupéré sur OCDE: <https://www.oecd.org/fr/sites/strategiedelocdepourlinnovation/definirlinnovation.htm>
- O'Dea, C. (2014). *Moins d'enfants sur les pistes, l'avenir du ski en danger*. Récupéré sur: http://www.swissinfo.ch/fre/societe/la-neige-n-a-plus-la-cote_moins-d-enfants-sur-les-pistes--l-avenir-du-ski-en-danger/37850994
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Amsterdam: Modderman Drukkerwerk.
- Rebetez, M. (2016, 25 octobre). *Changement climatique et tourisme de montagne. Futurs touristiques: La place du Valais*. Université de Lausanne, Site de Sion.
- Perroy, F. (2015, août 11). *T'as réussi ton expérience de touriste toi ?* Récupéré sur: <http://www.etourisme.info/tas-reussi-ton-experience-touriste-toi/>
- Planche, D. (2016). Une loi cantonale comme seule alternative viable. *Valais Valeur Ajoutée*(7), 31-43.
- Plaz, P. (2013). L'avenir du tourisme de vacances en Suisse. *La Vie économique Revue de politique économique*(4), 12-16.
- Schnyder, M. (2013). *Les nouvelles activités hivernales de plein-air sont-elles une alternative valable au ski classique ?* dans Tous à la neige ! (2014)
- SDV. (1997). *Regards d'hier et d'aujourd'hui*. Vercorin : Société de Développement de Vercorin.
- Serfaus-Fiss-Ladis. (2016). *Familien Paradies*. Récupéré sur: <https://www.serfaus-fiss-ladis.at/de/sommer/familien-paradies>
- Ski School Flims Laax Falera. (2016). *Freestyle Academy*. Récupéré sur: <http://www.skischule-flims-laax.ch/freestyle-academy.htm>
- Skischule Fiss-Ladis. (2014). *Weltneuheit Snow-V*. Récupéré sur : http://www.skischule-fiss-ladis.at/de/?type=845&tx_coonews_newsdetail%5Bitem%5D=11&cHash=1f177835ef6d2540417b638c4313dc86
- Skischule Fiss-Ladis. (2016). *Auszeichnungen*. Récupéré sur Skischule Fiss-Ladis: <http://www.skischule-fiss-ladis.at/de/skischule/ueber-uns/auszeichnungen/>
- Smugglers' Notch Management LTD. (2016). Smugglers' Notch Vermont Snow Sport University Lessons & Programmes. Récupéré sur: <http://www.smuggs.com/pages/winter/skiride/ssu-lessons.php>
- Suisse Tourisme. (2016). *Excursions en mountainboard*. Récupéré sur: <http://www.myswitzerland.com/fr-ch/excursions-en-mountainboard.html>
- Swiss Grasski. (2016). Trainingsmöglichkeiten. Récupéré sur: <http://www.swissgrasski.ch/Ueber-Grasski/Trainingsmoeglichkeiten/>

- Swiss Olympic. (2011). *Qu'est-ce que... le ski sur herbe ?* Récupéré sur: <http://blogolympique.swissolympic.ch/post/Quest-ce-que-le-ski-sur-herbe-.aspx>
- Swiss Snowsports. (2015). *Rapport annuel 2014/2015*. Belp: Swiss Snowsports.
- Swiss Snowsports. (2016). *Rapport annuel 2015/2016*. Belp: Swiss Snowsports.
- Techno-Science. (2016). *Mountainboard*. Récupéré sur: <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=9999>
- Télévercorin SA. (2016). *Rapport d'activité 2015-2016*. Vercorin: Télévercorin SA.
- Tyrol. (2016). *Fiss*. Récupéré sur : <http://www.tyrol.tl/en/tyrol/serfaus-fiss-ladis/fiss/>
- Val d'Anniviers. (2016). *Pass Aventure Marmot' et Ado'*. Récupéré sur: <http://www.valdanniviers.ch/tourisme/pass-aventure-marmot.html>
- Val d'Hérens. (2016). *Le Vallon de Réchy*. Récupéré sur: <http://www.valdherens.ch/tourisme/vallon-rechy.html>
- Vercorin Tourisme. (2015). *67^{ème} Rapport de gestion. Exercice 2013/2014*. Vercorin: Vercorin Tourisme.
- Vercorin Tourisme (2016). *Infoguide*. Vercorin: Vercorin Tourisme
- Weed, M. (2008). Sports tourism experiences. *Journal of Sport & Tourism*, 13(1), 1-4.
- Weed, M., & Bull, C. (2009). *Sports Tourism. Participants, policy and providers*. Oxford: Elsevier.
- Zemp, C. (2016). Le roi de l'arène. *mySwitzerland. Le magazine de vos vacances. Hiver 2016/2017*, 36-37.
- ZHAW, IUNR, FS TNE, & sanu. (2011). *Le tourisme - tout naturellement ! De l'idée au produit touristique intégrant la nature et la culture, en passant par l'analyse de marché*. Bienne: sanu.
- Zuber, G. (2016). Recherche financement, un peu, beaucoup, urgemment. *Valais Valeur Ajoutée*, 49-51.

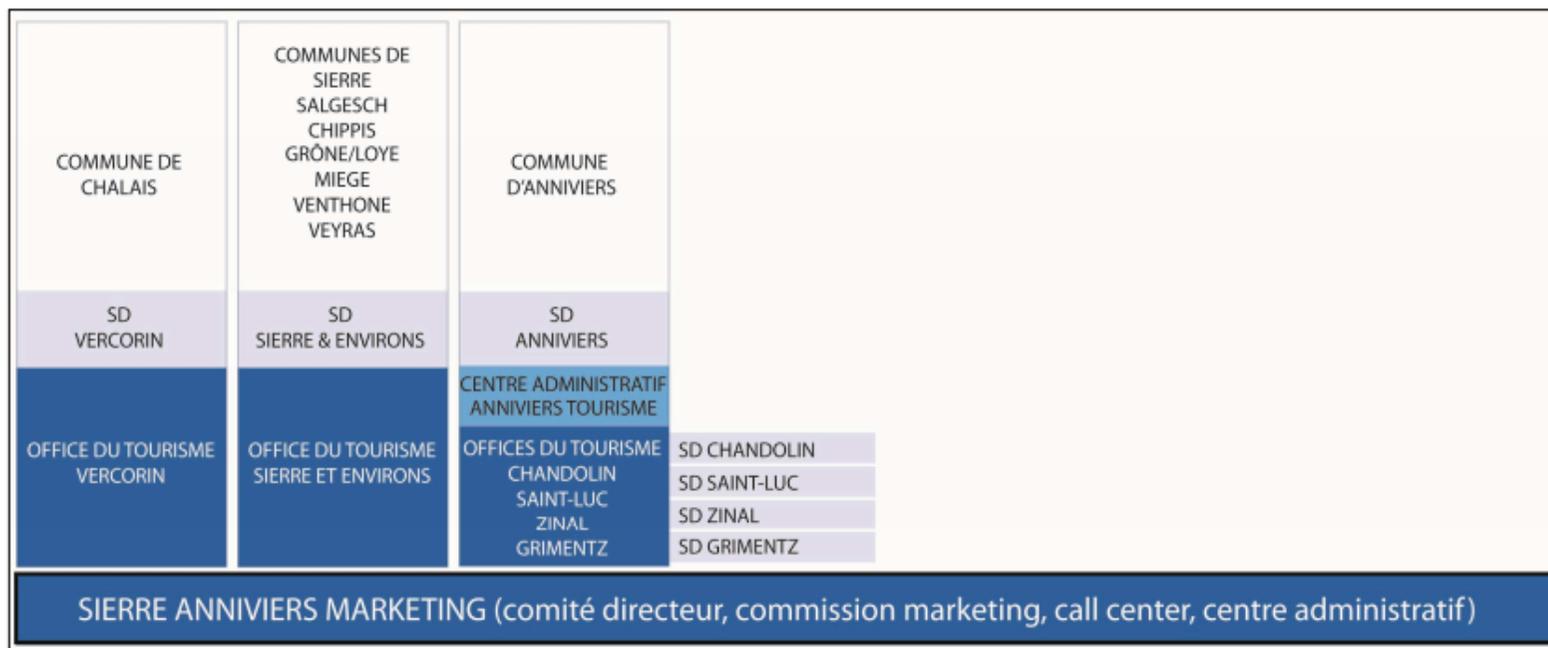
Annexes

Annexe I : Garantie de neige et réchauffement climatique dans les domaines skiables alpins



Source : OECD (2007) dans Müller, H., & Weber, F. (2008). 2030 : Der Schweizer Tourismus im Klimawandel. Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern.

Annexe II : Composition Sierre-Anniviers Marketing



Source : Vercorin Tourisme. (2015). 67^{ème} Rapport de gestion. Vercorin : Vercorin Tourisme

Annexe III : Comptes de Vercorin Tourisme

Recettes d'exploitations	2013 / 2014	2012 / 2013	Budget 14 / 15	Budget 13 / 14
Animation				
Animation générale	21'509.25	10'879.20	12'000.00	12'000.00
Mini-golf	6'542.95	7'031.65	8'500.00	8'500.00
	28'052.20	17'910.85	20'500.00	20'500.00
Ventes Diverses				
Photocopies, internet, timbres et divers	3'886.35	3'453.10	3'000.00	3'000.00
Ventes de tableaux	864.00	2'510.00	1'500.00	1'500.00
Vente cartes, livres et guides	3'905.50	4'133.30	5'000.00	5'000.00
	8'655.85	10'096.40	9'500.00	9'500.00
Taxes de séjour				
TS Hôtellerie	8'282.50	13'482.25	10'000.00	10'000.00
TS Agences de location	28'238.25	33'884.35	28'000.00	28'000.00
TS Hébergements de groupe	11'528.50	10'878.30	12'000.00	12'000.00
TS Privé	12'247.70	10'279.50	11'000.00	11'000.00
	60'296.95	68'524.40	61'000.00	61'000.00
Forfaits propriétaires	110'795.00	115'168.62	115'180.00	115'180.00
Taxes de promotions touristique	67'000.00	75'000.00	60'000.00	67'000.00
Cotisations				
Cotisations membres	20'080.00	19'280.00	19'300.00	19'300.00
Sub. Comm. pour l'animation	10'000.00	10'000.00	10'000.00	10'000.00
Sub. Comm. pour la publicité	10'000.00	10'000.00	10'000.00	10'000.00
Sub. comm. pour locaux OT	25'000.00	25'000.00	25'000.00	25'000.00
Sub. comm. pour Fête Nationale	5'500.00	5'500.00	5'500.00	5'500.00
Sub. Comm. pour le fonctionnement	6'500.00	6'500.00	6'500.00	6'500.00
	77'080.00	76'280.00	76'300.00	76'300.00
Dissolution de provisions	0.00	0.00	0.00	0.00
Don	2'117.10	0.00	0.00	0.00
TOTAL recettes	353'997.10	362'980.27	342'480.00	349'480.00
Charges d'exploitations				
Frais de personnel				
Salaires	147'466.65	142'556.70	154'000.00	150'000.00
Charges sociales	20'502.00	20'339.85	23'000.00	21'700.00
Indemnités journalières	0.00	-1'681.60		0.00
Salaires et charges sociales	167'968.65	161'214.95	177'000.00	171'700.00
Frais de formation et recrut.	1'150.00	1'143.50	1'050.00	1'000.00
Autres frais de personnel	1'041.60	0.00	900.00	900.00
	170'160.25	162'358.45	178'950.00	173'600.00
Frais d'administrations				
Informatique	3'846.00	1'683.10	2'500.00	2'500.00
Photocopieur	4'381.10	5'378.35	5'000.00	5'250.00
Equipement et matériel de bureau	4'241.25	2'125.75	2'500.00	2'500.00
Qualité et comptabilité	2'576.00	-2'500.00	4'000.00	4'000.00
Téléphone, internet & réseau	4'768.85	4'744.20	4'500.00	4'500.00
Frais de port	1'940.20	1'063.75	1'500.00	1'500.00
Assurances	1'299.60	1'194.60	1'300.00	1'500.00
Charges & entretien immeuble	25'000.00	25'000.00	25'000.00	25'000.00
Divers frais	0.00	103.20	200.00	200.00
	48'053.00	38'792.95	46'500.00	46'950.00
Total Frais de personnel et admin.	218'213.25	201'151.40	225'450.00	220'550.00
Animations				
Frais d'animation	51'907.30	25'359.25	35'800.00	44'000.00
Achat cartes pédestres livres et guides	1'230.70	1'283.00	3'300.00	4'500.00
Animations Laviroz	4'000.00	1'500.00	4'000.00	4'000.00
Frais mini-golf	6'922.90	4'891.55	6'000.00	7'000.00
Journée Aventure	0.00	6'000.00	-	0.00
Frais bénévoles	1'022.10	0.00	1'000.00	1'000.00
	65'083.00	39'033.80	50'100.00	60'500.00
Frais de rep. et soutiens				
Cotisations et abonnements	400.00	480.00	600.00	600.00
Représentation et déplacement	1'394.60	722.90	1'150.00	1'000.00
Frais de comité et d'assemblée	831.15	680.95	850.00	800.00
Soutiens manifestations et sté locales	1'503.00	0.00	1'000.00	1'000.00
	4'128.75	1'883.85	3'600.00	3'400.00

Charges d'exploitations	2013 / 2014	2012 / 2013	Budget 14 / 15	Budget 13 / 14
Publicité et promotion				
Promotion externe - Sierre Anniviers	42'800.00	42'800.00	42'800.00	42'800.00
Contribution Tourisme Valais	1'100.00	3'027.50	1'000.00	1'000.00
Publicités et Promotion Valais	25'398.75	12'333.15	8'000.00	21'950.00
Imprimés et mat. d'information	14'316.50	14'558.40	16'000.00	18'000.00
	83'615.25	72'719.05	67'800.00	83'750.00
Infrastructures				
Entretiens et infrastructures, décoration	771.65	908.50	1'000.00	1'500.00
	771.65	908.50	1'000.00	1'500.00
Projets				
de Chalais aux Chalets	0.00	0.00	0.00	0.00
Sentier des abeilles	0.40	0.00	0.00	0.00
(Contribution LoRo Fr. 5'000.--)	0.40	0.00	0.00	0.00
(Contribution Migros Fr. 5'000.--)				
Total Ch. Animation, pub et infra.	153'599.05	114'545.20	122'500.00	149'150.00
Charges financières				
Int. et frais bancaires	1'642.42	1'842.47	1'500.00	1'500.00
Amortissements	0.00	5'000.00	0.00	0.00
Pertes sur débiteurs	0.00	0.00	0.00	0.00
	1'642.42	6'842.47	1'500.00	1'500.00
Total Charges	373'454.72	322'539.07	349'450.00	371'200.00
Total Produits	353'997.10	362'980.27	342'480.00	349'480.00
Résultat	-19'457.62	40'441.20	-6'970.00	-21'720.00

Source : Vercorin Tourisme. (2015). 67^{ème} Rapport de gestion. Vercorin : Vercorin Tourisme.

Annexe IV : Offre originelle de Vercorin

Ressources naturelles	
Paysage, Topographie	1330m d'altitude Plateau-cuve Crêt du Midi, Brentaz Vallon de Réchy - Louché Val d'Anniviers Le Mont
Flore, Faune	Chamois, Cerf, Biches, Ecureuils, Marmottes, Oiseaux Forêts
Climat, Météo	Microclimat Ensoleillement
Monuments naturels	Les bisses
Offre socio-culturelle	
Culture, Tradition, Coutumes	Vaches : Inalpe – Désalpe, combats de reines, fromage, alpage La Chasse Les Mayens L'apéro Tournoi pétanque Fanfare, chœur de chant
Langue, Mentalité, Hospitalité	Convivial et familial Conflits
Monuments (historiques, culturels, techniques)	Château de Chastonay Raccards et greniers Eglise et son clocher Fontaine Parc à mouton Demeure du peintre Edouard Vallet
Infrastructures générales	
Système politique et social, éducation	Commune de Chalais et partis politiques Ecole, UAPE Sociétés locales : Ski Club, Tennis Club, Parapente Club, Unihockey Club, Chœur mixte "l'Espérance", Club de l'Âge d'Or Associations : les enfants de la terre, les p'tits montagnards, La Véranda Fondation Edouard Vallet Bibliothèque
Approvisionnement et évacuation	Edelweiss Market, Marché fruits et légumes, Boulangerie Magasin de sport Virage Sports Kiosque Artisans Déchetterie
Communication et transport	Téléphérique La Poste Banque Raiffeisen avec bancomat

Source : Réalisation de l'auteure selon différents CP (2016)

Annexe V : Offre dérivée de Vercorin

Infrastructures touristiques	
Hébergement, Restauration	4 Hôtels, Logements de groupe, Pension La Forêt, cabane, gîte 7 restaurants, 2 restaurants d'altitude, 4 buvettes
Organisation touristique	Office du Tourisme, SDV, Commune, TVSA ESS, Twist'Air BAT, Bosquets
Transport touristiques	3 lignes de bus navette internes en hiver Navette Vissoie et Anniviers Télécabine
Organes touristiques supérieurs	Sierre-Anniviers Marketing Valais/Wallis Promotion Suisse Tourisme
Infrastructures de loisirs	
Loisirs : Sport et culture	Domaine skiable : 35km de pistes, Snowpark, Slaloms Centre sportif du Lavioz – Jardin des Neiges, Patinoire & Snowtubing 2 places de jeux Places de pic-nic Musée Edouard Vallet Départ Parapente Forêt Aventure Trotinettes
Manifestations / Events	VercoJazz Défi des 300
Chemins pédestres et VTT	Chemins raquettes – randonnée hivernales Sentiers des Marmottes, Sentiers des énigmes Zachéo Sentiers didactiques De Chalais aux Chalets Les Bisses Réseau randonnée Parcours VTT Parcours VITA Peaux de phoque
Offre touristique spécifique	
Wellness, Bains thermaux	Yoga, Qi Gong
Foires, conférences, expositions	Exposition R&Art La Véranda
Autres	Bancs de lectures

Source : Réalisation de l'auteure selon différents CP (2016)

Annexe VI : Hébergements de groupe à Vercorin

Vercorin compte 15 hébergements de groupe :

- L'Etable / 30 places / Prix dès 693.-. Situé à la station intermédiaire de Sigeroulaz directement sur le domaine skiable.
- Colonie de Sigeroulaz / 30 places / Dès 792.-. Situé à la station intermédiaire de Sigeroulaz, directement sur le domaine skiable.
- Chantovent / 21 places / Dès 550.-. Situé au sommet de la Télécabine au Crêt-du-Midi, directement sur le domaine skiable.
- Crêt-du-Midi / 24 places/ Dès 550.- ou dès 32.- individuellement (l'été uniquement). Situé au sommet de la Télécabine au Crêt-du-Midi, directement sur le domaine skiable.
- Bellecrête / 115 places / Dès 1100.-. Situé au départ de la Télécabine, au-dessus du bureau de l'ESS.
- Gîte du Lavioz / 12 places / 32.-. Au centre sportif du Lavioz, à 5 minutes du centre de Vercorin.
- Cabane des Barmettes / 16 places /. Situé sur le Mont à 10 minutes du centre de Vercorin
- Abris Fontany / 80 places / 10.- (minimum 15 personnes). Situé sous l'Office du Tourisme de Vercorin, au centre du village. Abri PC.
- Les Voualans / 25 places. Situé aux Voualans à l'extérieur du village.
- Chalet le Bercail / 27 places / 350.- le chalet, 300.- dès 2 nuits. Situé à Briey.
- Cabane des Becs-de-Bosson / 62 places / Dès 40.-. Cabane de montagne située à 2985m d'altitude
- Cabane de l'A de Bran / 20 places / Dès 2300.- à la semaine (l'hiver uniquement). Situé à 1800m d'altitude.
- Le Chiesso / 10 places / Dès 600.- la semaine ou dès 20.- la nuit, Situé à l'alpage de Tsartsey dans le Vallon de Réchy.
- La Remointze / dortoir de 6 places / 25.-. Situé à l'alpage de Tsartsey dans le Vallon de Réchy
- La Pension La Forêt / 25 + studio indépendant / Dès 65.-. La Pensions La Forêt est une maison entièrement rénovée selon les normes Minergie et accueillant régulièrement des camps pour personnes handicapées mentales de l'ASA - Valais (Association valaisanne d'aide aux personnes handicapées mentales)

Source : Vercorin Tourisme (2016). *Infoguide*. Vercorin : Vercorin Tourisme.

Annexe VII : Statistiques des nuitées

Source: Vercorin Tourisme

Nuitées pour Vercorin de la saison 2010/2011 à 2014/2015

Nuitées Vercorin	HIVER		
	2011	2012	2013
Hôtels	3 954	3 919	2 806
Chalets appartements	13 685	13 545	9 840
Hébergements de groupe	9 244	10 930	10 607
Privés			4 924
BnB			140
Forfaits propriétaires	47 204	48 064	49 097
TOTAL	74 087	76 458	77 414

	ÉTÉ		
	2011	2012	2013
	3 381	2 728	2 342
	6 729	7 088	2 627
	4 789	5 026	4 879
			2 485
			140
	-	-	
	14 899	14 842	12 473

	TOTAL		
	10/11	11/12	12/13
	7 335	6 647	5 148
	20 414	20 633	12 467
	14 033	15 956	15 486
			7 409
	-	-	280
	47 204	48 064	49 097
	88 986	91 300	89 887

Nuitées Vercorin	HIVER			
	2012	2013	2014	2015
Hôtels	3 919	2 806	1 956	1 940
Chalets appartements	13 545	9 840	9 952	10 446
Hébergements de groupe	10 930	10 607	11 454	10 637
Privés		4 924	3 668	3 932
BnB		140	89	75
Forfaits propriétaires	48 064	49 097	48 662	48 482
TOTAL	76 458	77 414	75 781	75 512

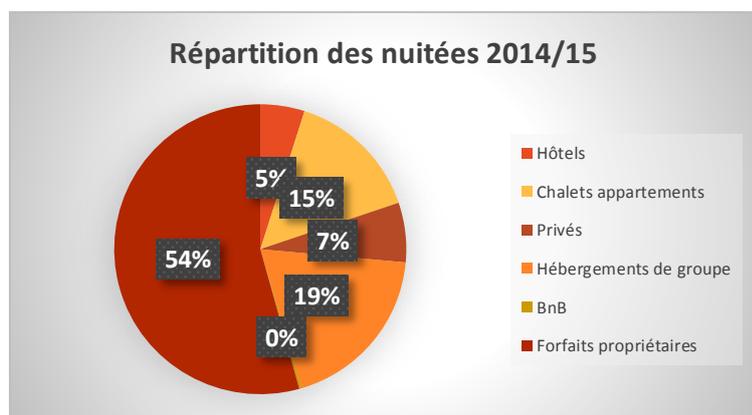
	ÉTÉ			
	2012	2013	2014	2015
	2 728	2 342	2 256	2 437
	7 088	2 627	3 481	2 862
	5 026	4 879	5 806	6 301
		2 485	2 556	2 008
		140	145	159
	-			
	14 842	12 473	14 244	13 767

	TOTAL			
	11/12	12/13	13/14	14/15
	6 647	5 148	4 212	4 377
	20 633	12 467	13 433	13 308
	15 956	15 486	17 260	16 938
		7 409	6 224	5 940
	-	280	234	234
	48 064	49 097	48 662	48 482
	91 300	89 887	90 025	89 279

-0.37%

Source : Vercorin Tourisme, juillet 2016.

Annexe VIII : Répartition des nuitées à Vercorin



Source : Réalisation de l'auteure selon Vercorin Tourisme, juillet (2016)

Annexe IX : Horaire navette été Vercorin – Vissoie

➔ Vercorin - Vissoie

Vercorin, poste	D 07:40	D 11:25	D 17:45
Vercorin, télécabine	07:41	11:26	17:46
Pinsec, village	07:54	11:39	17:59
Mayoux	08:00	11:45	18:05
Vissoie, poste	D 08:05	D 11:50	D 18:10

← Vissoie - Vercorin

Vissoie, poste	D 08:15	D 11:58	D 18:13
Mayoux	08:20	12:03	18:18
Pinsec, village	08:23	12:06	18:21
Vercorin, télécabine	08:39	12:22	18:37
Vercorin, poste	D 08:40	D 12:23	D 18:38

Récupéré sous : <http://www.ts-ar.ch/des-navettes-entre-vercorin-et-vissoie/>

Annexe X : Horaire navette hiver Vercorin – Anniviers

NOUVEAU

du 24 décembre 2016
au 17 avril 2017

BUS NAVETTE VERCORIN-ANNIVIERS

TRANSPORTS



Circule tous les jours :
du 24.12 au 8.01
du 11.02 au 5.03
du 8.04 au 17.04

Circule tous les week-ends :
du 24.12 au 17.04

Tarifs :
Simple course : CHF 7.-
Aller-retour : CHF 10.-
(enfant 1/2 tarif)
Abos CFF non valables

Départ de Vercorin poste	8.40	11.25	15.40
Arrivées :			
à Chandolin poste	*9.35	**12.25	**16.40
à Grimentz télécabine	9.18	**12.21	**16.36
à Zinal poste	9.43	**12.21	**16.36
*Changement à Mayoux **Changement à Vissoie			
Départs :			
de Chandolin poste	9.38*	11.23**	15.38**
de Zinal poste	9.55	11.29**	15.44**
de Grimentz télécabine	10.18	11.28**	15.43**
Arrivée à Vercorin poste	10.57	12.23	16.38
*Changements à Vissoie et Mayoux **Changement à Vissoie			

Ces horaires ont été simplifiés.
Les horaires complets sont disponibles sur www.ts-ar.ch

vercorin 

Vercorin Tourisme
+41(0)27 455 58 55
www.vercorin.ch
info@vercorin.ch

Récupéré sur :

<https://www.facebook.com/1541813909165910/photos/a.1541830122497622.1073741828.1541813909165910/1579572828723351/?type=3&theater>

Annexe XI : Animations ponctuelles en hiver à Vercorin



Cet hiver, jour après jour

Lundi	Verre de bienvenue Lu Jong, yoga tibétain
Mardi	Lu Jong, yoga tibétain pour les enfants Dégustation de vins Montée nocturne et ouverture de la piste de ski du Crêt du Midi jusqu'à 22h Ateliers en plein air chaque 2 semaines - www.enfant-terre.ch
Mercredi	Après-midi tricot
Jeudi	Visite du vieux village sur inscription Animations pour les enfants au Lavioz
Samedi	Marché aux fruits et légumes

8.10.2016	Vercorin
8-9.10.2016	2 jours et une nuit (dans la forêt sous le thème du feu)
25.10.2016	Contes et brisolée
6.11.2016	La Dérupe
25-26.11.2016	Dégustation de Noël de la cave Mathieu (www.mathieu-vins.ch)
1-24.12.2016	Fenêtres de l'Avent
3-4.12.2016	Marché de Noël des artisans de Vercorin
6.12.2016	St-Nicolas
Décembre - janvier	Exposition à la bibliothèque : les mascottes des écoliers de Vercorin
17.12.2016	Vernissage de Patricia Vicarini (Exposition du 17.12.2016 au 5.03.2017) Ouverture du domaine skiable (www.rma.ch)
Ouverture anticipée du 8 au 11 décembre 2016 selon les conditions d'enneigement	
24.12.2016	Noël des enfants au Parc à Moutons
26.12.2016	Dégustation de vins à la Maison Bourgeoise
28.12.2016	Goûter philosophique Saveurs du monde en faveur de l'association « Sierre Partage » Loto du ski club Brentaz-Vercorin

Source : Vercorin Tourisme. (2016). *Infoguide*. Vercorin : Vercorin Tourisme

Geschehen soleil
expo
Animationen
snow
famille
Manifestations
events concert

29.12.2016	Tartines des grands-mamans
30.12.2016	Les hivernales artisanes (marché des artisans amateurs)
31.12.2016	Nouvel An: Animations au Laviroz et descente aux flambeaux de l'Ecole de Ski DJ à l'Aloha Bar et fête sur la terrasse du Margueron
3.01.2017	Dégustation de vins à la Maison Bourgeoiale
4.01.2017	Goûter philosophique
5.01.2017	Les hivernales artisanes (marché des artisans amateurs)
6.01.2017	Fête des rois
14.01.2017	Soirée pleine lune (www.rma.ch / www.twistair.ch)
2.02.2017	La Chandeleur, crêpes party !
11.02.2017	Soirée pleine lune (www.rma.ch / www.twistair.ch)
14.02.2017	Dégustation de vins à la Maison Bourgeoiale
16.02.2017	Pneumatic Night (descente sur chambres à air)
21.02.2017	Dégustation de vin à la Maison Bourgeoiale
23.02.2017	Pneumatic Night (descente sur chambres à air)
24-26.02.2017	Carnaval chalaisard
27.02.2017	Dégustation de vins à la Maison Bourgeoiale
28.02.2017	Carnaval des enfants à Vercorin
2.03.2017	Pneumatic Night (descente sur chambres à air)
4.03.2017	Tour Freestyle Romand (www.tourfreestyloromand.ch)
11.03.2017	Soirée pleine lune (www.rma.ch / www.twistair.ch)
Mi-mars 2017	Vercotest (www.vercotest.ch)
1.04.2017	Le Défi des 300 : le plus long slalom du monde
16.04.2017	Pâques, Animations
17.04.2017	Concours Virage Sports
23.04.2017	Fermeture du domaine skiable (www.rma.ch)

Ces manifestations peuvent être soumises à des modifications.
Merci de votre compréhension !

3

Source : Vercorin Tourisme. (2016). *Infoguide*. Vercorin : Vercorin Tourisme

Annexe XII : Animations ponctuelles en été à Vercorin



Cet été, jour après jour

Lundi	Verre de bienvenue Lu Jong, yoga tibétain (pendant l'année scolaire)
Mardi	Lu Jong, yoga tibétain pour les enfants (pendant l'année scolaire) Dégustation de vins Visite du Jardin d'inspiration médiévale à Briey Ateliers en plein air chaque 2 semaines – www.enfant-terre.ch
Mercredi	Qi Gong Après-midi tricot
Jeudi	Lu Jong en plein air Pétanque au restaurant du Margueron Terrasses musicales – concerts en terrasse Visite du vieux village Tournoi de tennis double Atelier de broderie sur lin
Samedi	Marché aux fruits et légumes Visite du rucher

Juillet et août, activités encadrées :

- Vercomnisport – activités sportives au Lavioz
- Stage de tennis au Lavioz
- Pass Ado et Marmot (17.07-18.08) :
une semaine d'activités et de découvertes en plein air !

Source : Vercorin Tourisme. (2016). *Infoguide*. Vercorin : Vercorin Tourisme

bisse concert

Manifestations Animationen
 Events famille
 expos live soleil

25 au 27.05.2017	Caves ouvertes (www.mathieu-vins.ch), (www.cave-torrent.ch), (www.heymozvins.ch),...
13.05.2017	Km Vertical
4.06.2017	Slow up (www.slowupvalais.ch)
Mi-juin 2017	Inalpe de Tracuit
Tout l'été 2017	Exposition de R&Art
Tout l'été 2017	Exposition Edouard Vallet
23.07.2017	Journée Santé Nature
28-30.07.2017	Vercojazz (www.vercojazz.ch)
Mi-juillet 2017	Passeport Vacances
1.08.2017	Fête nationale Suisse
Août	Le cirque Helvetia
06.08.2017	Marché d'artisans créateurs
12.08.2017	« La rue est à vous ! » marché aux puces
Début septembre	Vercofly
Mi-septembre	Désalpe de Tracuit
Fin septembre	Brame du cerf
Fin octobre	Rallye du VS
Début novembre	La Dérupe (www.laderupe.ch)

La faune régionale à découvrir !
 Plusieurs nouvelles excursions seront proposées d'ici l'été en compagnie de nos accompagnateurs en moyenne montagne.

Source : Vercorin Tourisme. (2016). *Infoguide*. Vercorin : Vercorin Tourisme

Annexe XIII:
Activités
passeport
vacances

Lundi 18 juillet	Mardi 19 juillet	Mercredi 20 juillet	Jeudi 21 juillet	Vendredi 22 juillet
001 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/ 11h05	016 - Nature aventure (9-12) 07h20/17h05	033 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/ 11h05	048 - Oh Secours ! (10-16) 07h20/12h20	065 - Métier de la Poste (13-16) 05h30/12h00
002 - La chambre des secrets (10-16) 07h50/ 13h35	017 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/ 11h05	034 - Vues aériennes (10-13) 08h05/ 12h35	049 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/11h05	066 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/ 11h05
003 - Parapente (12-16) 07h50/ 15h35	018 - Souffleur de verre (7-12) 07h50/ 14h50	035 - Planche à voile et paddle (12-16) 08h05/ 13h05	050 - Canyoning (12-16) 07h50/17h35	067 - Alimentarium Junior I (6-12) 07h50/ 15h50
004 - Objectif eau (11-16) 08h05/ 17h05	019 - Ambulances (8-16) 08h05/11h35	036 -Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...	051 - Domaine automobile (13-16) 08h00/ 12h00	068 -Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...
005 -Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...	020 -Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...	037 - Rhône FM (10-16) 08h20/12h35	052 -Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...	069 - Les coulisses de la poste I (5-10) 08h35/ 10h50
006 - Kung Fu Panda (5-8) 08h35/10h50	021 - Tir à l'arc (10-16) 08h20/10h35	038 - Ingénieur d'un jour (10-13) 08h35/16h05	053 - Aéromodélisme (10-16) 08h35/ 14h05	070 - Minigolf (5-9) 09h05/11h50
007 - Pharmacien (13-16) 09h00/16h00	021A - La tête à l'envers(5-8) 08h35/10h20	039 - Energie solaire et jeux (8-13) 09h05/ 16h20	054 - Sac en bâche (11-16) 08h35/18h20	071 - Act supp Pain à l'ancienne (8-13) 09h20/16h35
008 - La forêt de l'aventure (11-16) 09h35/ 15h05	022 - Opticien (13-16) 09h00/ 17h00	040 - Polymécanicien (13-16) 10h00/15h00	055 - Act.supp. Pommes en folie (6-12) 12h35/16h05	072 - VTT (10-14) 10h35/15h05
009 - Karaté Kid (9-12) 10h20/12h20	023 - Karting (12-16) 09h20/15h35	041 - Fun Forest (5-8) 10h20/16h05	056 - Eveil à la danse ! (5-7) 13h05/ 14h50	073 - Laser Game (12-16) 11h05/16h50
009A - Vitrail (6-10) 13h05/ 17h05	023A - La tête à l'envers(9-12) 09h35/11h20	042 - La caravane passe... (8-12) 09h50/19h05	057 - Bricolage surprenant ! (5-7) 13h05/ 16h50	074 - Mine et minéraux (8-12) 12h50/16h35
010 - « Sans famille » (5-10) 13h20/18h05	024 - Tir à l'arc (10-16) 09h50/12h05	043 - Biquettes et Lac souterrain (5-10) 13h05/17h35	058 - Bike motocross (5-16) 13h05/16h50	075 - La vie de bûcheron (7-12) 12h50/ 16h50
011 - Brico-surprise ! (5-6) 13h35/ 16h20	025 - Tricot tout beau ! (8-12) 12h50/16h20	044 - Gymkhana en chaise roulante (8-16) 13h20/16h35	009A - Vitrail (6-10) 13h05/ 17h05	076 - 120 km/h (8-13) 13h20/17h05
012 - Jardinage (6-10) 13h35/16h20	026 - Ping Pong (6-12) 12h50/16h35	045 - Act supp Contes merveilleux (5-10) 13h35/16h05	060 - Direction le Grand Nord (9-13) 13h05/ 17h35	077 - Coiffure (13-16) 13h30/17h00
013 - Poterie (8-16) 13h35/16h20	027 - Atelier peinture (6-10) 13h20/16h20	046 - Peinture sur porcelaine (8-11) 13h35/ 17h20	060A - Ongles en beauté (11-12) 13h20/ 16h35	077A - Zumba (8-16) 13h35/ 15h50
014 - Au feu ! (7-13) 13h35/17h20	028 - Brico photo (8-12) 13h20/17h20	047 - Brico T-shirt (5-8) 14h05/ 16h20	061 - Baby-sitting Gabin (8-13) 13h35/ 17h20	078 - A Fleur de Peau (12-16) 13h35/16h50
015 - Act. supp. Initiation au rugby (5-16) 16h35/ 18h50	029 - Robin des Bois (5-10) 13h35/16h50		062 - Poneys (5-8) 14h05/17h05	079 - Jeux en plein air (5-7) 13h35/ 17h20
	030 - Sur le fil (7-13) 13h50/19h20		063 - Danse classique (7-9) 14h20/16h05	080 - Chauves-souris (8-14) 20h50/ 23h45
	031 - Pêche (5-16) 14h05/17h35		064 - Jazz (7-9) 15h35/17h20	
	032 - "Sangliers" à moto (9-16) 17h05/ 21h05			
201 - Yoga Tibétain (parents) 19h00/...	202 - Scrap' (parents) 19h00/...		203 - Sac en bâche ! (parents) 19h00/...	204 - Dégustation de porto (parents) 19h00/...

Lundi 25 juillet	Mardi 26 juillet	Mercredi 27 juillet	Jeudi 28 juillet	Vendredi 29 juillet
081 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/ 11h05	097 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/ 11h05	113 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/ 11h05	127 - Pêche sportive (11-16) 08h50/19h05	144 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/ 11h05
082 - Hélicoptère et Air-Glaciers (10-16) 07h50/12h05	098 - Boomerang (9-16) 07h50/ 12h20	114 - Informatique et nouvelles technologies (12-16) 07h50/12h35	128 - Oh Secours ! (10-16) 07h20/12h20	145 - Chasse aux trésors (6-11) 07h50/12h05
083 - Plongée (10-16) 07h50/12h20	099 - Cuisine et service (13-16) 08h00/ 16h30	115 - Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...	129 - Tournée du facteur (7-13) 07h50/ 11h05	146 - Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...
084 - Domaine automobile (13-16) 08h00/ 12h00	100 - Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...	116 - La Poste (13-16) 09h00/ 12h00	130 - La gravière ludique (5-8) 07h50/ 12h05	147 - Tir au pistolet (11-16) 08h50/ 12h05
085 - Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...	101 - Act. Supp. Initiation au Basket (5-8) 08h35/11h20	117 - Verco Jazz Backstage(13-16) 09h00/...	131 - Ski nautique (11-16) 08h05/16h05	
086 - Grimpe (5-8) 08h35/12h20	102 - Art floral (8 -13) 08h35/ 11h50	118 - Oh ! Les bijoux ! (7-10) 09h05/11h50	132 - Tournée du vétérinaire (12-16) 08h05/...	
087 - Hygiéniste dentaire (13-16) 09h00/ 12h00	103 - Jeux d'eau (5-7) 08h35/12h20	119 - Aux hangars (10-16) 09h05/12h50	133 - Porcelaine froide ! (5-10) 08h20/ 11h35	
088 - Pharmacien (13-16) 09h00/16h00	104 - Aventure au pont (12-16) 08h50/15h05	120 - Mont Blanc Express ! (6-13) 09h20/15h35	134 - Promenons nous dans les bois (6-12) 08h20/ 12h35	
089 - La forêt de l'aventure (6-10) 09h35/ 16h05	105 - Opticien (13-16) 09h00/ 17h00	121 - Sentier des marmottes (5-10) 10h20/ 16h35	117 - Verco Jazz Backstage(13-16) .../ 17h00	
090 - Piquante aventure (7-13) 13h05/ 16h50	106 - Educateur de la petite enfance (13-16) 09h00/17h30	122 - Capolera (5-11) 13h05/15h35	135 - Educateur de la petite enfance (13-16) 09h00/17h30	
099A - Vitrail (6-10) 13h05/17h05	107 - Cerfs, biches...et mini vapeur parc (5-8) 09h35/17h50	123 - Ca plane pour toi ! (11-16) 13h05/16h35	136 - Initiation à l'escrime (5-10) 12h50/16h05	<p>« On s'éclate à Bozon ! » Espace Bozon Chalais (5-16 ans)</p> <p>Rendez-vous : 15h00 devant la buvette du FC Chalais</p> <p><i>(programme voir page 45)</i></p>
091 - L'arbre à biabla (7-10) 13h20/17h20	095 - Chasse Gardée (8-12) .../11h05	124 - Grand-papa et grand-maman (9-16) 13h20/17h20	137 - Chinoiserie (8-12) 13h05/16h50	
092 - Brico-surprise ! (5-6) 13h35/ 16h20	108 - Trottin'herbe (12-16) 11h20/ 15h35	125 - Zumba (5-10) 13h35/ 15h20	138 - Véhicules tout-terrain (8-13) 13h05/ 18h05	
093 - L'HoHoHo ! (8-11) 13h35/17h05	109 - Feeblitz ! (10-16) 12h35/ 17h50	126 - Badaba boum (5-11) 14h20/16h50	139 - « Sans famille » (5-10) 13h20/18h05	
094 - Grimpe (5-8) 13h35/17h20	110 - Cerf-volant (8-14) 13h05/ 16h20		140 - Cupcakes et mini-donuts (7-12) 13h35/16h50	
095 - Chasse gardée (8-12) 16h20/...	111 - Boomerang (9-16) 13h05/ 17h20		141 - « Baby sitting » (9-11) 13h35/17h20	
096 - Cache-cache tout nuit ! (9-13) 20h20/ 23h15	112 - Collis-scrap (9-12) 13h05/ 17h50		142 - Forgeron (10-12) 13h35/17h20	<p>« Fête de la jeunesse » dès 19h00 Espace Bozon Chalais</p>
			143 - Initiation à l'escrime(10-16) 18h05/ 18h05	
	204 - Escalade (parents) 18h15/...	205 - Tournoi de pétanque (parents) 18h30/...		

Source : Récupéré sur http://www.edelweissloisirs.ch/images/passeport_vacances/pdf/Planning-activits-2016.pdf

Annexe XIV : Prestataires d'activités à Vercorin

Commercial	Public	Volontaire
<p>Télévercorin SA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Domaine skiable, snowpark et jardin des neiges - Snowtubing - Patinoire - Randonnée et sentiers didactiques - Trottinettes - Forêt Aventure - Sentier des marmottes - Soirée Pleine Lune - Montée nocturne - Pneumatic Night <p>ESS Vercorin</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cours de sports de neige - Sortie accompagnée <p>Twist'Air</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vols biplace - Stages d'apprentissage - Vercofly, VercoTest, Vercorun <p>Stéphane Albasini</p> <ul style="list-style-type: none"> - Circuit des 3 Bisses 	<p>Vercorin Tourisme</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evènements - Journée Santé Nature - Animations hebdomadaires - Minigolf - Terrasses musicales - Apéritif de bienvenue <p>SAM, Vercorin Tourisme, ESS, TVSA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Défi des 300 <p>Commune :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Centre sportif du Lavioz - Places de jeux - Tour du Mont - Les Bisses - Itinéraires didactiques « de Chalais aux chalets » - Parcours Vita - Exposition artistique R&Art <p>Bibliothèque de Vercorin</p>	<p>La Véranda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spectacles - Conférences - Saveurs du monde (en collaboration) <p>Ski-Club Brentaz Vercorin</p> <ul style="list-style-type: none"> - La Dérupe, KM Vertical - Loto - Tour Freestyle Romand - Courses de ski <p>Tennis Club</p> <ul style="list-style-type: none"> - La Désalpe (en collaboration) <p>Parapente Club</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fête nationale (en collaboration) <p>Les Habitants</p> <ul style="list-style-type: none"> - Après-midi tricot - Marché des artisans amateurs - Marché de Noël - Fenêtre de l'Avent - Marché aux fruits et légumes - VercoJazz <p>Club de l'Age d'Or</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les tartines des grands-mamans

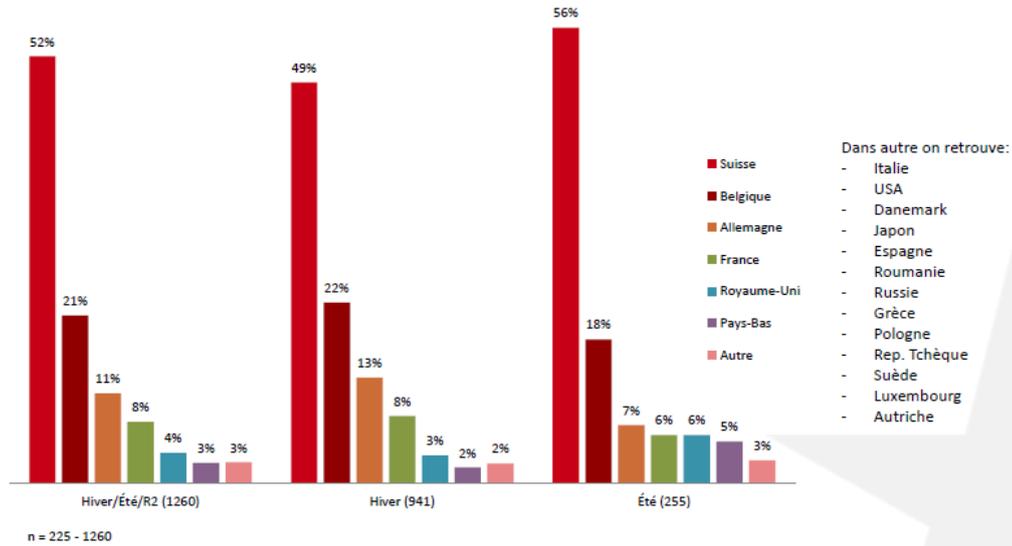
<ul style="list-style-type: none">- Guide de montagne, organisation d'excursions et randonnées <p>Romaine Bovier</p> <ul style="list-style-type: none">- Yoga Tibétain <p>La Véranda</p> <ul style="list-style-type: none">- Qi Gong- Stages <p>Les Enfants de la Terre</p> <ul style="list-style-type: none">- Ateliers plein air <p>Tennis club</p> <ul style="list-style-type: none">- Cours et stages <p>Paintball</p> <p>Apiflower</p> <p>Espace Edouard Vallet</p> <ul style="list-style-type: none">- Expositions artistiques <p>Arche des Crébillons</p> <p>Virage Sports</p> <ul style="list-style-type: none">- Skitest	<ul style="list-style-type: none">- Goûters philosophiques- Expositions- Bricolages	<p>Edelweiss Loisirs</p> <ul style="list-style-type: none">- Passeport Vacances
---	---	--

Source : Réalisation de l'auteure selon Vercorin Tourisme. (2016). *Infoguide*. Vercorin : Vercorin Tourisme ; Stéphanie Chappuis, CP, 2016

Annexe XV : Enquête OVT A l'écoute de nos hôtes. 2013-2014. Anniviers



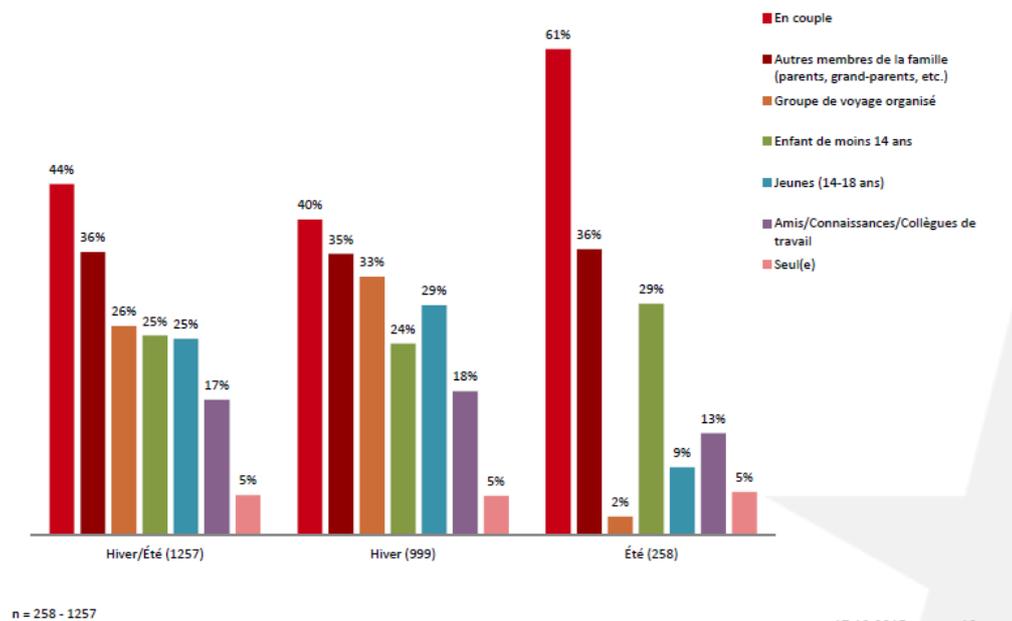
Pays de domicile des répondants



17.12.2015 14



Accompagnants avec lesquels séjournent les répondants



17.12.2015 19



Nombre de personnes (y compris le répondant) qui participent au séjour - Hiver/Été/R2: Anniviers vs Valais

Anniviers

Taux de réponse : **94,6%**
Moyenne = **11,32** Médiane = **4,00** Ecart-type = **40,86**
Min = **1** Max = **650**

	Nb	% cit.
Moins de 2	23	1,8%
2	247	19,4%
3	123	9,7%
4	261	20,5%
5	159	12,5%
6	118	9,3%
7	55	4,3%
8	76	6,0%
9	50	3,9%
De 10 à 14	69	5,4%
De 15 à 19	7	0,5%
20 et plus	85	6,7%

n = 1273

Valais

Taux de réponse : **92,6%**
Moyenne = **6,59** Médiane = **4,00** Ecart-type = **18,88**
Min = **0** Max = **650**

	Nb	% cit.
Moins de 2	188	2,7%
2	1937	27,3%
3	752	10,6%
4	1533	21,6%
5	729	10,3%
6	563	7,9%
7	265	3,7%
8	255	3,6%
9	149	2,1%
De 10 à 14	340	4,8%
De 15 à 19	75	1,1%
20 et plus	303	4,3%

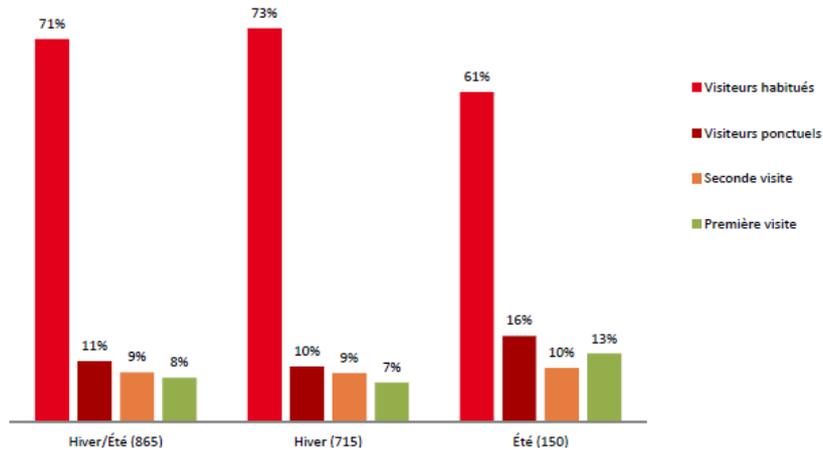
n = 7089

17.12.2015

21



Connaissance de la région de la part des répondants



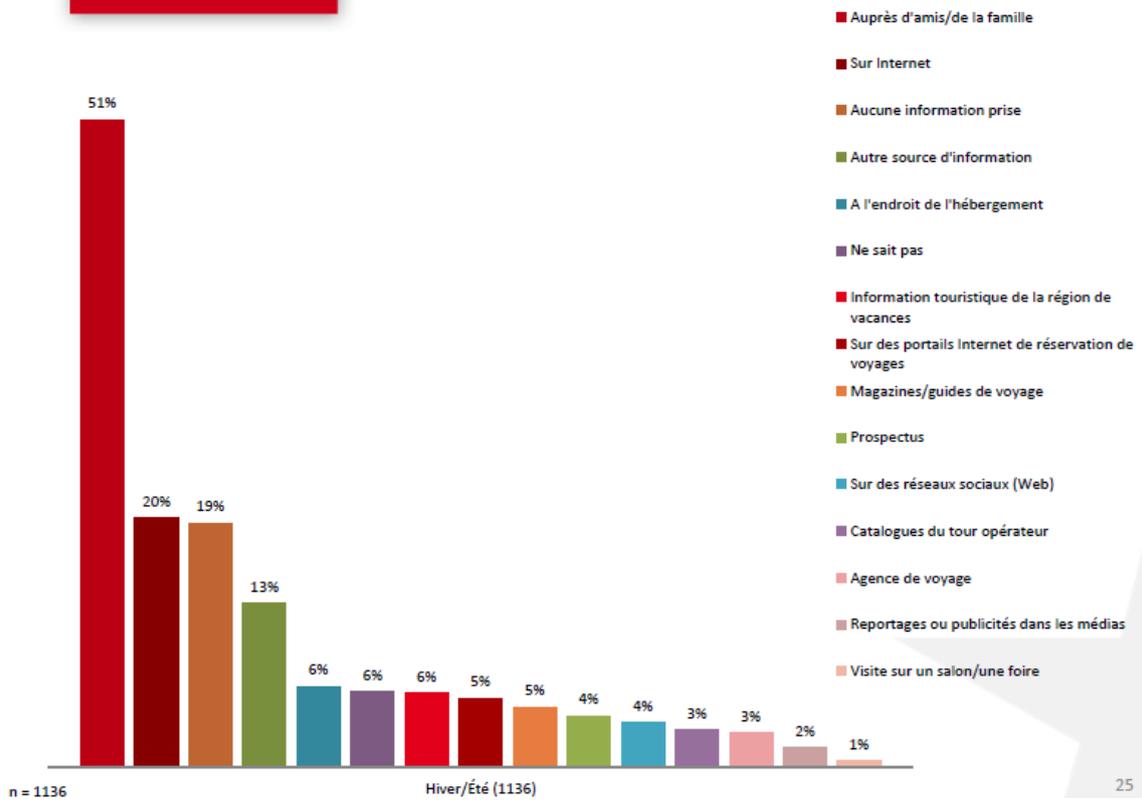
n = 150 - 865

17.12.2015

22



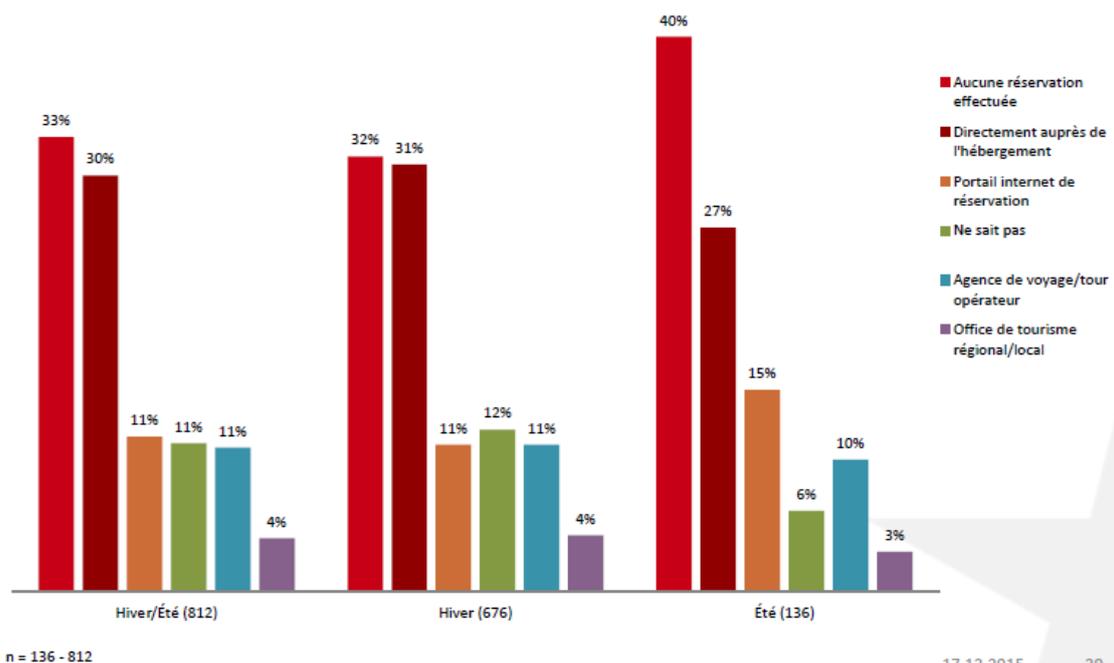
Canaux d'informations utilisés par les répondants : Hiver/Été



25



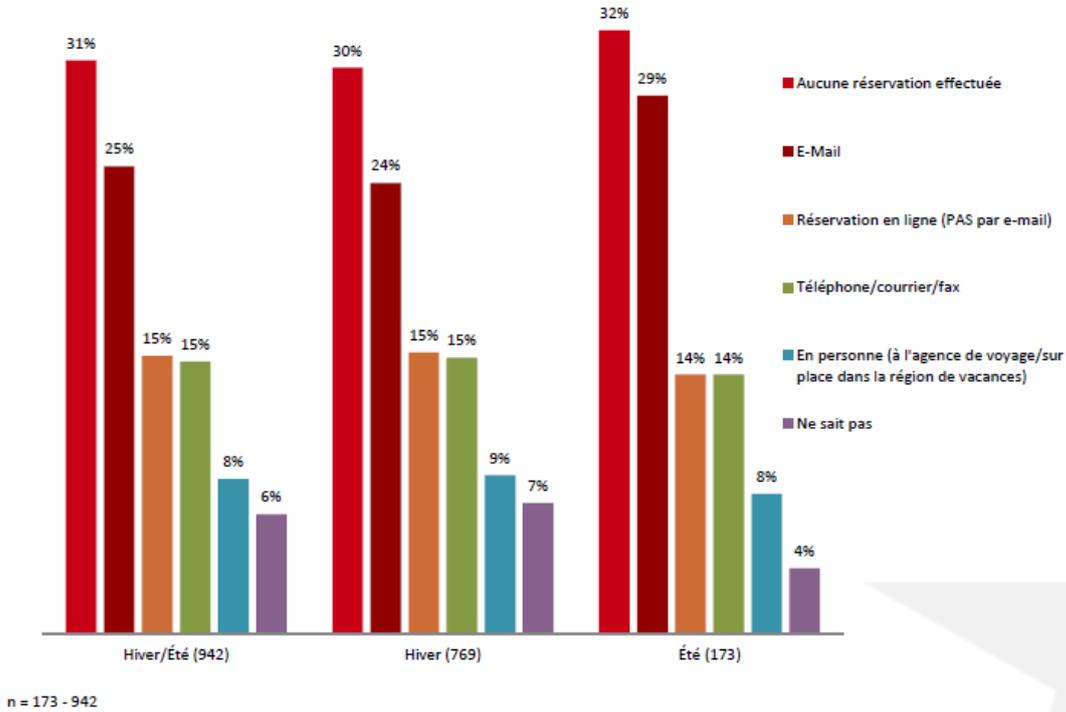
Organisations auprès desquelles les répondants ont réservé leurs hébergements



17.12.2015 29



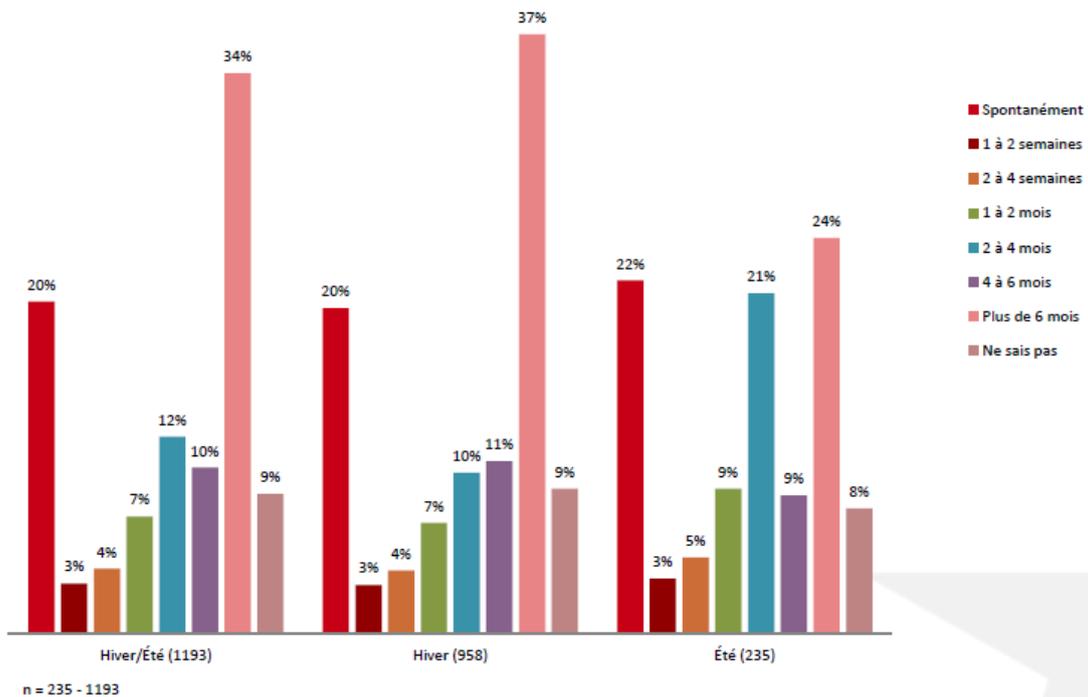
Moyens utilisés par les répondants pour réserver leurs hébergements



17.12.2015 31



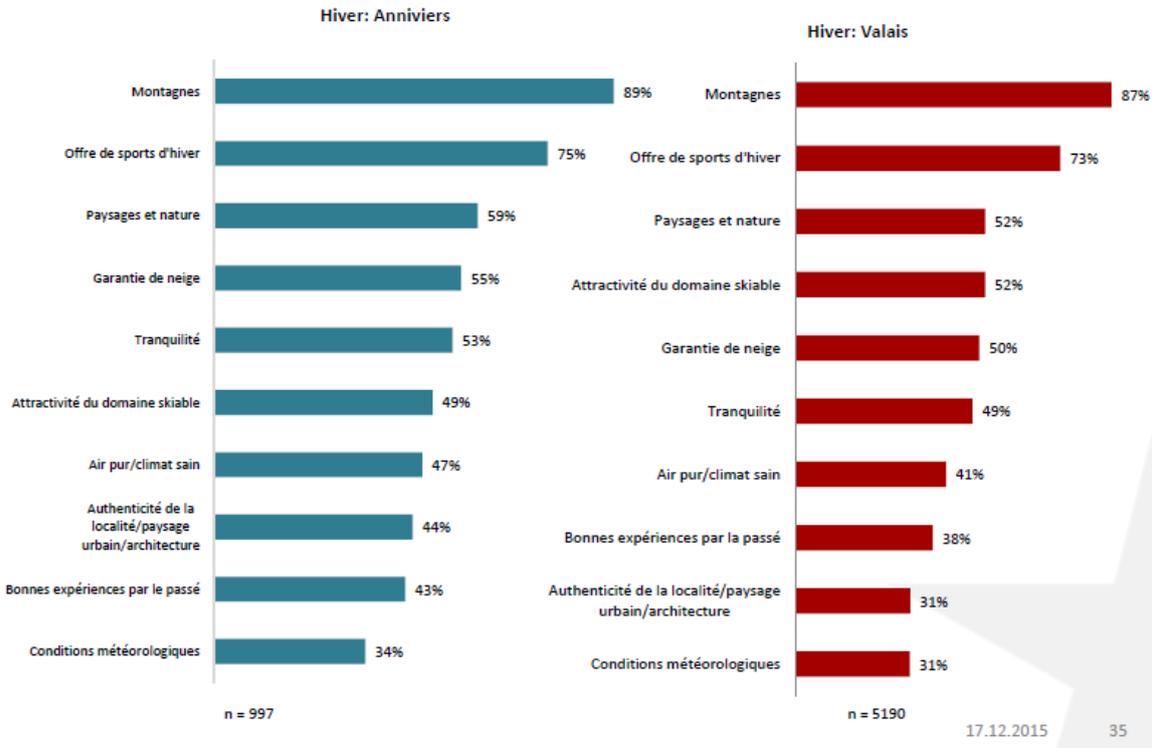
Période d'anticipation du choix de la destination des répondants



17.12.2015 33



10 principaux critères justifiant le choix de cette destination par les répondants en hiver : Anniviers vs Valais



Nombre des séjours effectués annuellement par les propriétaires de R2: Anniviers vs Valais

Anniviers
 Taux de réponse : 98,5%
 Moyenne = 26,24 Médiane = 13,50 Ecart-type = 33,85
 Min = 1 Max = 160

	Nb	% cit.
Moins de 1	0	0,0%
De 1 à 4	11	16,7%
De 5 à 9	9	13,6%
De 10 à 14	13	19,7%
De 15 à 19	8	12,1%
De 20 à 24	6	9,1%
De 25 à 29	3	4,5%
De 30 à 34	5	7,6%
De 35 à 39	0	0,0%
De 40 à 44	0	0,0%
De 45 à 49	0	0,0%
50 et plus	11	16,7%

n = 66

Valais
 Taux de réponse : 88,8%
 Moyenne = 20,91 Médiane = 10,00 Ecart-type = 26,97
 Min = 0 Max = 200

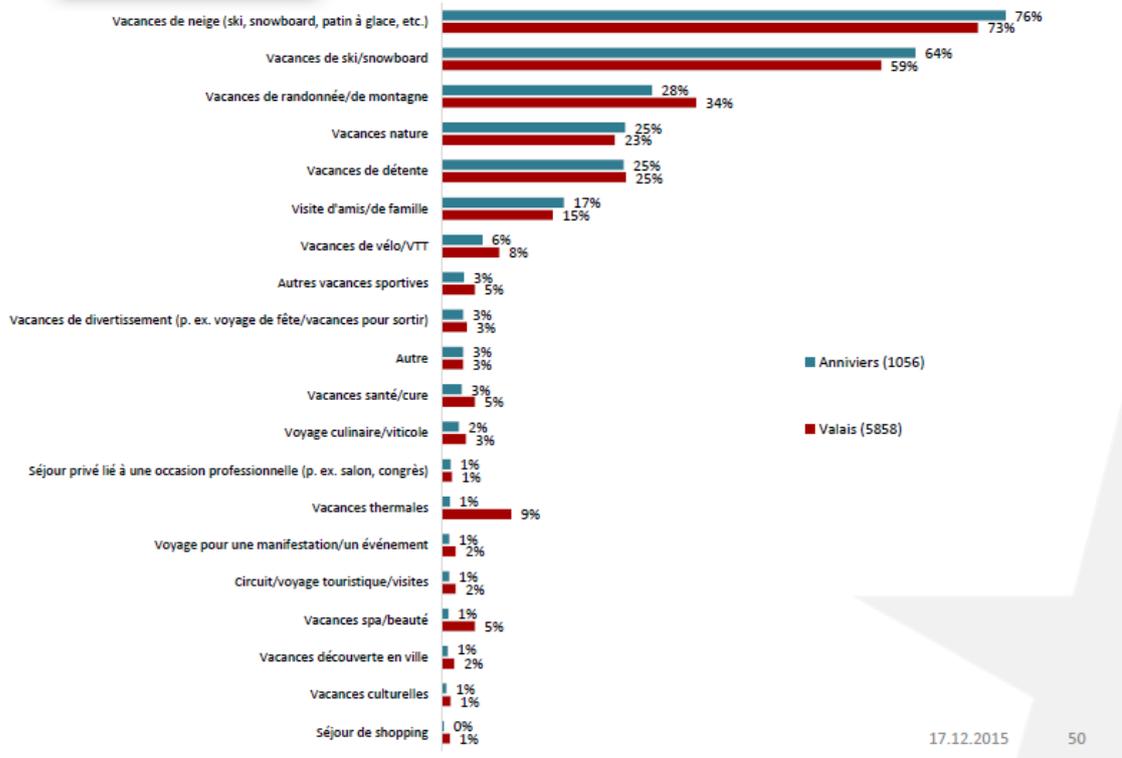
	Nb	% cit.
Moins de 1	17	1,6%
De 1 à 4	244	22,7%
De 5 à 9	191	17,8%
De 10 à 14	164	15,3%
De 15 à 19	74	6,9%
De 20 à 24	110	10,2%
De 25 à 29	36	3,3%
De 30 à 34	65	6,0%
De 35 à 39	10	0,9%
De 40 à 44	22	2,0%
De 45 à 49	6	0,6%
50 et plus	136	12,7%

n = 1075

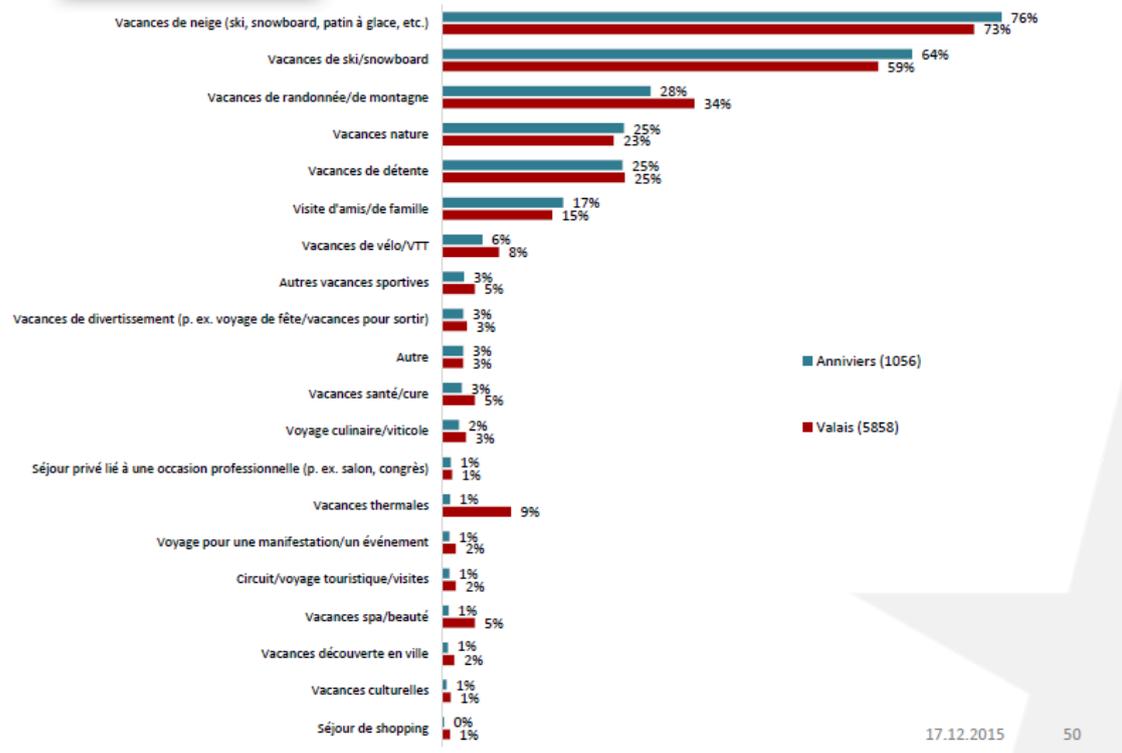
17.12.2015 47



Types de vacances auxquels les répondants, avec les propriétaires de R2 associent leurs séjours en hiver : Anniviers vs Valais

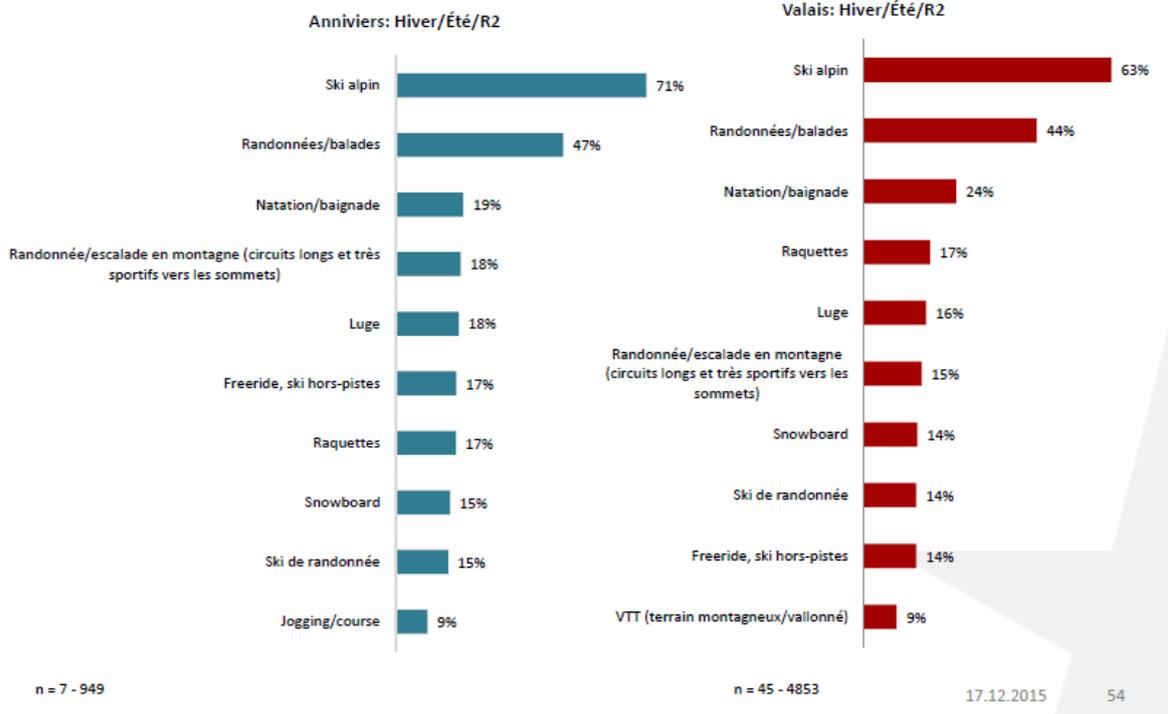


Types de vacances auxquels les répondants, avec les propriétaires de R2 associent leurs séjours en hiver : Anniviers vs Valais

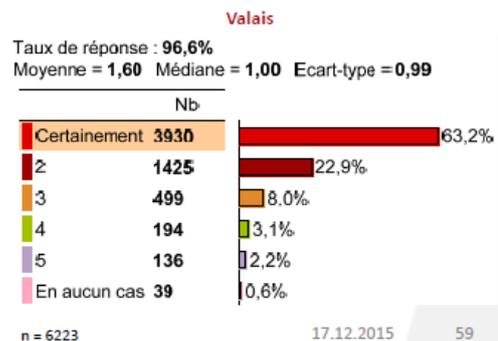
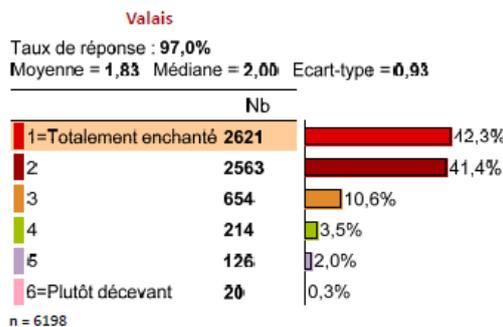
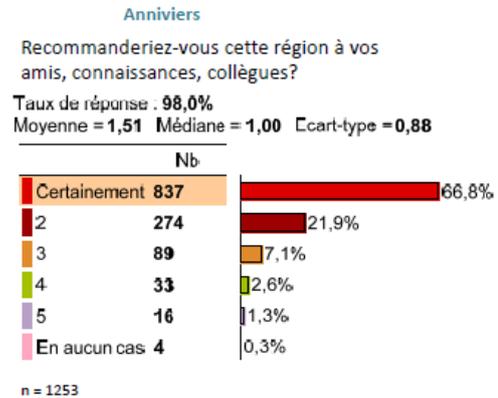
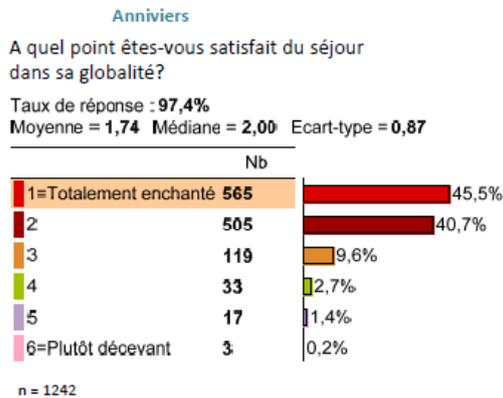




10 principales activités sportives pratiquées par les répondants durant le séjour - Hiver/Été/R2: Anniviers vs Valais



Satisfaction générale des répondants - Hiver/Été



Source : Observatoire Valaisan du Tourisme (2015b). A l'écoute de nos hôtes. Analyse descriptive. Anniviers. Sierr : Observatoire Valaisan du Tourisme.

Annexe XVI : Analyse de l'utilisation du téléphérique CBV

Parmi les statistiques récoltées par le téléphérique CBV, plusieurs périodes ont été choisies afin de comparer les différents résultats. Dans ces statistiques sont relevés le nombre de personnes transportées à la montée et à la descente, la température le matin et le soir ainsi que les courses spéciales.

Tout d'abord, la semaine et le weekend avec le moins d'affluence ont été identifiées afin d'identifier la fréquentation de base.

- Semaine du 30 mars au 3 avril 2015 : 1185 personnes transportées en 5 jours pour une moyenne de 237 personnes par jour.

Selon le bulletin climatologique de mars 2015 et avril 2015 de MétéoSuisse, de fortes précipitations sont tombées à la fin du mois de mars et le début du mois d'avril était froid et humide avec des précipitations dans les Alpes. Ceci explique que peu d'excursionnistes se sont rendus à Vercorin. De plus cette semaine se situait en dehors des vacances scolaires, puisque les vacances de Pâques 2015 étaient la semaine d'après. Par conséquent, nous pouvons en déduire que nous avons la fréquentation de base du téléphérique, constituée des écoliers et des habitants l'utilisant quotidiennement

- Week-end du 25 et 26 avril 2015. 320 personnes transportées en 2 jours pour une moyenne de 160 personnes par jour.

Après une période de temps beau et sec, le weekend du 25 et 26 avril 2015 a connu une forte chute de température ainsi qu'une épaisse couche de nuages et quelques précipitations (bulletin climatologique avril 2015, MétéoSuisse). Le domaine skiable avait fermé le weekend auparavant.

Ensuite des périodes avec des constellations de clients différents ont été choisies afin de comparer le nombre d'utilisateurs du téléphérique. Toutefois, il est essentiel de garder en tête que ces chiffres sont indicatifs.

Ainsi les périodes choisies sont :

- Mi-septembre. Semaine du 21 au 25 septembre.

Selon Arian Kovacic (CP, 2016), durant cette période, Vercorin n'enregistre pratiquement aucune nuitée. Par conséquent, la majorité des hôtes sont des excursionnistes à la journée. Ainsi, les personnes transportées sont les locaux ainsi que des excursionnistes.

- Semaine de haute-saison en été. 23 au 27 juillet.

Cette semaine représente une période de haute affluence au cours de laquelle les excursionnistes et les locaux visitent Vercorin tandis que certains locaux sont en vacances ainsi que les écoliers.

- Semaine de haute-saison en hiver. 16 au 22 février 2015.

La semaine de Carnaval a été choisie car les Valaisans sont à ce moment en vacances. Ils ont donc le temps d'aller skier en tant qu'excursionnistes. Toutefois, certains Valaisans possèdent des résidences secondaires en station.

- Semaine de haute-saison en station par la présence de touristes hors cantons.

Finalement, la semaine des Relâches vaudoises a été choisie. Durant cette période, les Valaisans n'ont pas congé, par conséquent il y a moins d'excursionnistes.

Fréquentation de base en semaine (30 mars au 3 avril 2015)	237 personnes/jour
21 au 25 septembre 2015	436 personnes/jour
23 au 27 juillet 2015	500 personnes/jour
16 au 22 février (Vacances de Carnaval)	593 personnes/jour
23 au 27 février (Relâches Vaudoises)	520 personnes/jour
Fréquentation de base week-end (25 et 26 avril 2015)	160 personnes/jour
Excursionnistes week-end été	805 personnes/jour
Excursionnistes week-end hiver	940 personnes/jour

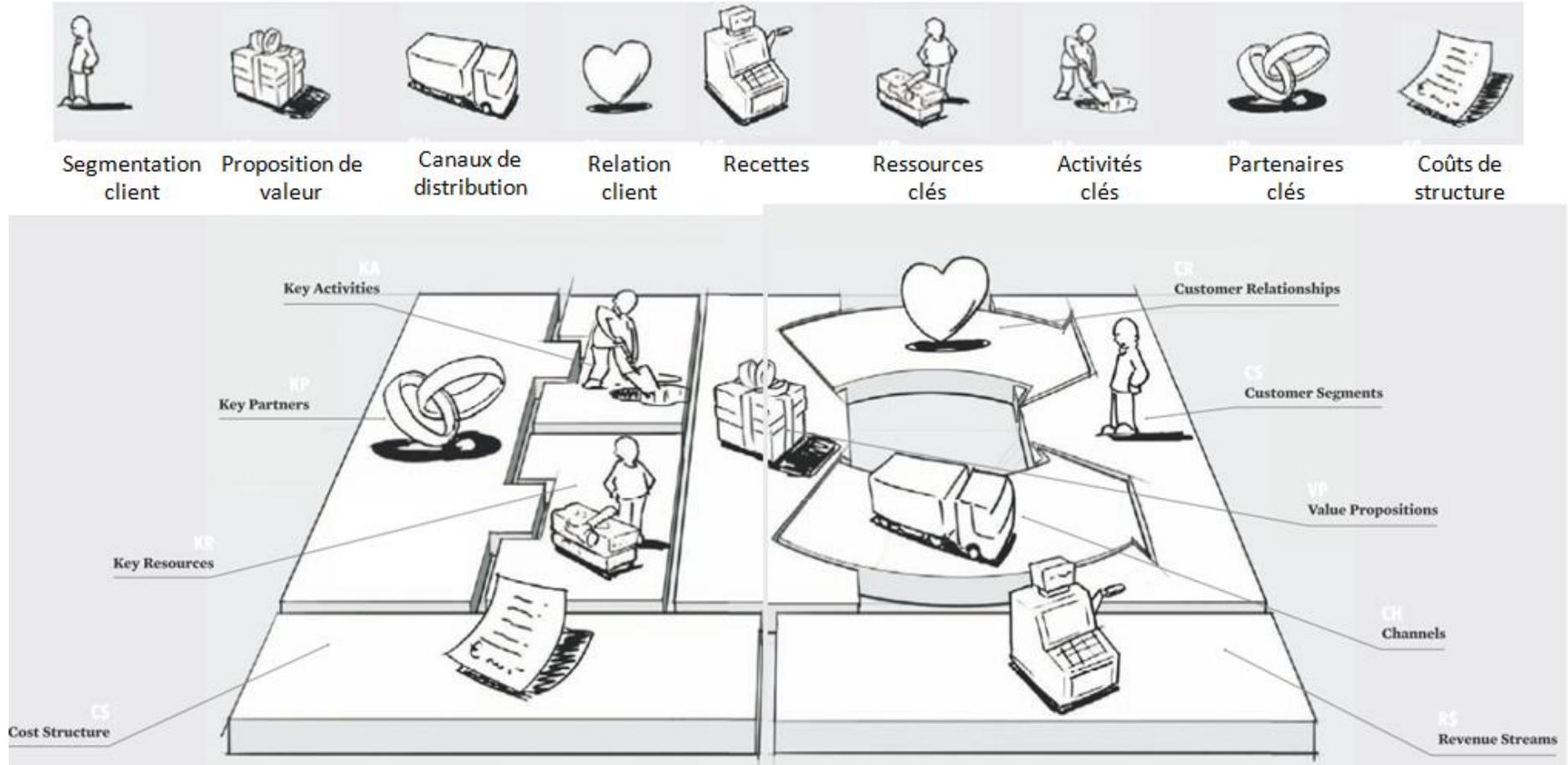
Source : CBV (août, 2015)

Annexe XVII : Cours proposés par l'ESS Vercorin

Nom du cours	Sport	Type de cours	Lieu	Horaire	Prix
Enfants 2-3 ans	Ski	Individuel	Lavioz	30 minutes à la carte selon horaires	1x 42 CHF 5x 185 CHF
Enfants 3-4 ans	Ski	Individuel	Lavioz	45 minutes à la carte selon horaires	1x 54 CHF 5x 240 CHF
Enfants dès 4 ans	Ski	Collectif	Lavioz	2h de 10h30 à 12h30	1x 50 CHF 5x 195 CHF
			Crêt du Midi	2h 30 de 14h à 16h30	1x 55 CHF 5x 200 CHF
Cours privé	Ski Snowboard Télémark	Individuel (adultes / enfants)	Lavioz ou Crêt du Midi selon le niveau	85 minutes	De 45 CHF (4 pers) à 95 CHF (1 pers)
				5x 85 minutes	De 200 CHF (4 pers) à 430 CHF (1 pers)
				3h	De 95 CHF (4 pers) à 430 CHF (1 pers)
				6h À la carte selon horaires	De 130 CHF (4 pers) à 360 CHF (1 pers)
Cours collectifs Week-ends	Ski débutant Ski loisirs Ski Freeride-Freestyle Snowboard débutant Ski teenager	Collectif	Lavioz Crêt du Midi	Les samedis du 14 janvier au 25 mars de 10h ou 10h30 selon le cours à 12h30	1x 55CHF 5x 200 CHF Saison 350 CHF
				Les dimanches du 15 au 19 mars de 13h30 à 16h30	
Cours plaine	Ski (Snowboard)	Collectif	Lavioz / Crêt du Midi	5 samedis et/ou mercredis du 7 janvier au 8 février de 13h15 à 17h ainsi que durant la semaine de Carnaval (27 février au 3 mars)	Enfants nés en 2011-2013 : 5x 260 CHF 10x 480 CHF Nés entre 2001-2010 : 5x 350 CHF 10x 630 CHF
Freestyle Camp	Ski Snowboard	Groupe	Grimentz	8 – 12 février 20 – 23 février 28 mars – 1er avril	300 CHF (5x) 240 CHF (4x) 300 CHF (5x) Ou 1x 78 CHF

Source : Réalisation de l'auteure selon <https://ecoleskivercorin.ch/>

Annexe XVIII: Business Model Canvas



Source : Récupéré sur <http://www.pourquoi-entreprendre.fr/startup-weekend-paris/>

Annexe XIX : Compétence du moniteur

<p>Compétence personnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoévaluation • Organisation personnelle • Engagement • Attitude exemplaire • Agir de manière responsable 	<p>Compétence sociale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empathie • Facultés de communication • Facultés d'interaction
<p>Compétence professionnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaissances sportives approfondies • Compréhension de la discipline sportive • Savoir-faire spécifique • Connaissances dans le domaine de la sécurité 	<p>Compétence méthodologique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulation ciblée des objectifs • Séquences d'enseignement planifier, évaluer et décider, agir, contrôler (PEAK) • Choix de formes d'enseignement adaptées

Source : Swiss Snowsports. (2010). *Sports de neige en Suisse. Ski*. Belp : Swiss Snowsports.

Annexe XX : Lieux de rendez-vous



Récupéré sur : <https://coleskivercorin.ch/infos-pratiques/lieux-de-rendez-vous/>

Annexe XXI : Jardin des Neiges au Centre sportif du Lavioz

Le Jardin des Neiges de l'ESS Vercorin se situe au Centre Sportif du Lavioz. Celui-ci est accessible en voiture ou en navette et dispose d'une patinoire naturelle, d'un parcours de snowtubing, d'une buvette et du jardin des neiges. Celui-ci est organisé de manière ludique et didactique avec des parcours adaptés à chaque niveau.



Source : Récupérées sur <https://coleskivercorin.ch/infos-pratiques/lieux-de-rendez-vous/creux-du-lavioz/>

- Zone plate avec échelles et parcours pour s'initier aux premiers pas
- Tapis de marche avec pente très douce et courte pour les premières descentes
- Zone plate avec « soleil » pour apprendre le chasse-neige
- Tapis roulant avec pente douce longue et zone plate pour freiner
- Descente avec boudin pour apprendre les premiers changements de direction
- Premier slalom sur pente douce apprendre les virages
- Deuxième slalom sur pente plus longue et plus forte pour approfondir les virages
- Troisième slalom sur pente longue et plus raide pour confirmer les connaissances avant de monter sur le domaine skiable

De plus, un tapis roulant, une corde et un mini-téléski habitue les enfants aux installations mécaniques.

Annexe XXII : Vercorin Major Park

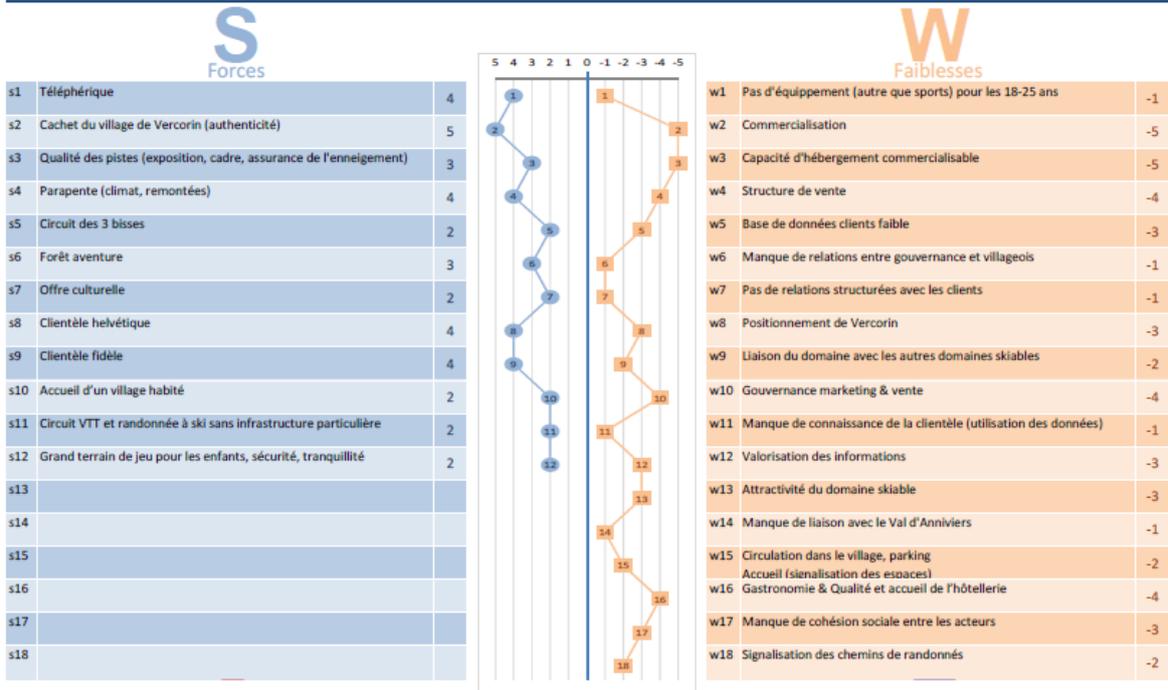


Récupéré sur : <https://www.facebook.com/valdanniviers/posts/976147715823153>

Annexe XXIII : SWOT Vercorin

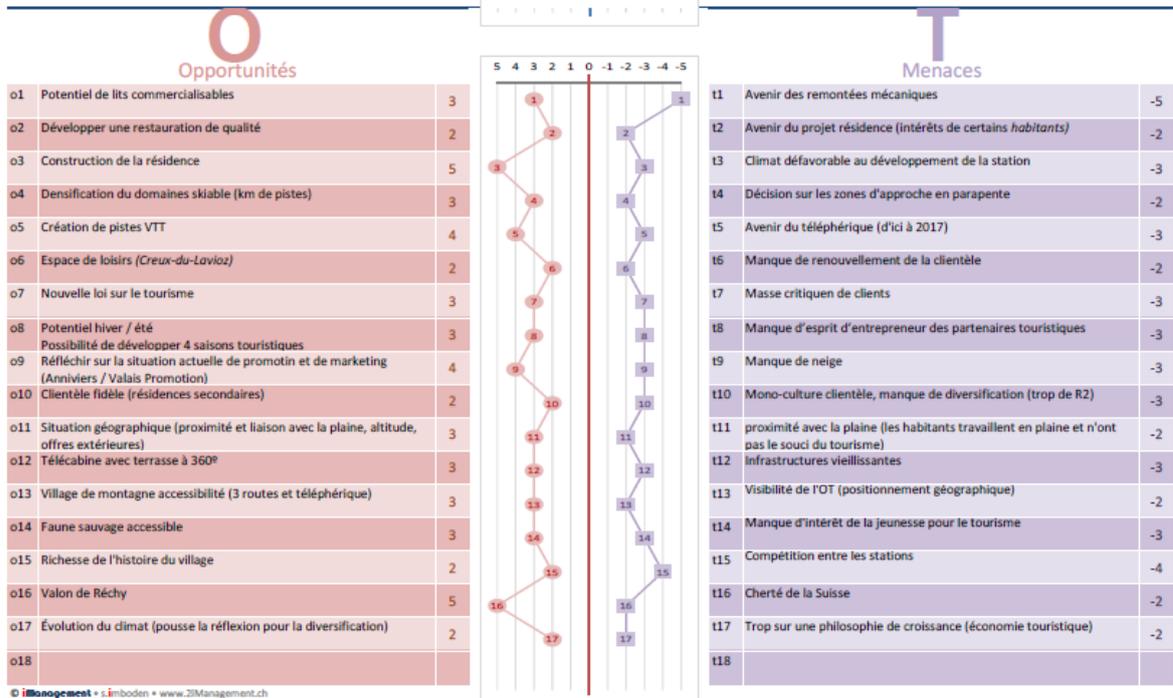
ANALYSE SWOT

Vercorin



ANALYSE SWOT

Vercorin



Source : STRATOUR (septembre, 2016)

Annexe XXIV : Offre « Défi des 300 »

Quoi ? Cours collectif de préparation au slalom le plus long du monde ou cours individuel

Quand ? 5x 1h30 les samedis (horaire variable selon thématique) ou privé 1h30 à la carte

Pour qui ? Adultes réguliers, excursionnistes locaux, (touristes pour le cours privé)

Où ? Domaine skiable, Virage Sport, Centre sportif du Lavioz

Comment ?

Partenaires

Le magasin Virage Sport est le partenaire principal de cette offre pour l'essai de ski slalom et la préparation de l'équipement. En échange, le but est que les gens louent une paire de skis spécialement pour la course, achètent des produits de fartage ou lui demande de faire le service des skis avant la course.

Le Centre sportif du Lavioz est également un partenaire important afin d'accueillir le cours sur la nutrition.

Promotion

La promotion de ce produit se fait d'une part par les canaux de l'ESS : site internet, page Facebook et flyers au bureau de l'ESS, dans les restaurants, les magasins, la boulangerie, les hôtels, les agences de location et aux remontées mécaniques et affiches. Et d'une autre part, il faut utiliser les canaux du Défi des 300. Les participants s'inscrivant par e-mail, une liste d'adresse est disponible pour un mailing et l'offre doit être proposée dans la confirmation d'inscription ainsi que dans les publications concernant l'évènement.

Marche à suivre

1. Contacter Virage Sports pour les thématiques le concernant
2. Etablir un programme en définissant les dates, les heures, l'endroit et la thématique de chaque cours
3. Créer, imprimer et distribuer un flyer, l'afficher dans la vitrine, l'intégrer dans la brochure « nouveautés »
4. Créer l'offre sur le site web et publier sur les réseaux sociaux
5. Créer un mail type pour le mailing et la confirmation d'inscription
6. Transmettre l'offre à l'OT et SAM pour la communication

Annexe XXV: Cours collectif « parents-enfants »

Quoi ?

- 1x ou 5x cours collectif 45 min parent-enfant
- Goûter et apéro

Quand ? De 15h30 à 17h00 les samedis et les jours de semaine en haute-saison

Pour qui ? Parents d'enfants de 2 à 4 ans touristes, excursionnistes ou visiteurs réguliers

Où ? Centre sportif du Lavioz

Comment ?

Partenaire

Centre sportif du Lavioz pour le goûter, l'apéro et la salle en cas mauvais temps

Promotion

La promotion se fait dans la brochure tout ménage distribuée dans la région, sur le site internet de l'ESS, sur la page Facebook, dans la brochure « nouveautés » disponibles dans les points clefs de Vercorin (restaurants, la boulangerie, Virage sport, Edelweiss Market, hôtels, agences de location et remontées mécaniques), par une affiche dans la vitrine

Marche à suivre

1. Créer le cours sur la page internet dans la section « cours »
2. Intégrer l'offre dans la brochure distribuée en tout-ménage dans la région et dans la brochure « nouveautés »
3. Créer une affiche et afficher dans le village ainsi que dans la vitrine de l'ESS avec les nouveaux cours
4. Publier le cours sur les réseaux sociaux

Annexe XXVI : Initiation avec Snowli

Quoi ?

- Permanence d'encadrement avec horaire libre
- Présence de Snowli

Quand ? De 14h à 16h les dimanches après-midis

Pour qui ? Pour les enfants débutants dont les parents sont indécis

Où ? Centre sportif du Lavioz

Comment ?

Déroulement

Accueil de l'enfant par Snowli

Attribution d'un dossard selon le temps d'initiation souhaité

Moniteur organisé par poste :

- 1 poste marche débutant
- 1 poste glisse débutant
- 1 poste chasse-neige

Snowli rend visite aux différents postes et jouent avec les enfants

Promotion

Sur le site internet, programme d'animations hebdomadaires, sur les réseaux sociaux, dans la brochure tout-ménage distribuée dans la région, dans la brochure « nouveautés », affiche dans la vitrine

Marche à suivre

1. Créer le cours sur le site web
2. Intégrer dans la brochure « nouveautés » et dans la brochure distribuée en plaine
3. Créer une affiche et afficher dans le village ainsi que dans la vitrine de l'ESS avec les nouveaux cours
4. Publier sur les réseaux sociaux
5. Communiquer à l'OT pour les réseaux sociaux
6. Communiquer aux parents indécis lors de la réservation
7. Désigner les moniteurs
8. Attribuer les postes

Annexe XXVII : Initiation au snowboard dès 3 ans

Quoi ?

- Cours privé de 30 ou 45 minutes (selon l'âge)
- Prêt du snowboard

Quand ? A la carte

Pour qui ? Enfants de 3 à 6 ans

Où ? Centre sportif du Lavioz

Comment ?

Partenaire

TVSA pour la création d'un parcours avec bosses au Lavioz et pour l'achat d'un module débutant

Promotion

Dans la brochure « nouveautés », dans la brochure distribuée en tout-ménage, sur le site internet et la page Facebook, affiche dans la vitrine

Marche à suivre

1. Achat de deux planches Burton (prix de la planche avec fixation environs 230 CHF)
2. Contacter TVSA pour la création d'un parcours et l'achat commun d'un module
3. Créer le cours sur le site web
4. Intégrer dans la brochure « nouveautés » et dans la brochure distribuée en plaine
5. Créer une affiche et afficher dans la vitrine de l'ESS avec les nouveaux cours
6. Publier sur les réseaux sociaux
7. Création d'un parcours avec séries de bosses, slalom avec cône et module en V sur une zone plate du Lavioz

Annexe XXVIII : Découvrez les joies du ski

Quoi ?

- Aller-retour téléphérique
- Combinaison de ski et matériel
- Initiation 2h de ski
- Dégustation de vin et assiette valaisanne du terroir
- Fondue

Quand ? Ponctuellement 2x par saison samedi après-midi

Pour qui ? Adultes débutants de plaine

Où ? Centre sportif du Lavioz

Comment ?

Partenaire

Virage Sport pour la location de l'équipement de ski

Buvette du Lavioz pour la dégustation et la fondue

Promotion

Dans la brochure distribuée en tout-ménage en plaine, sur le site internet et la page Facebook et publicité ciblée dans les centres espagnols, portugais et italiens de la région, magasins portugais, africains, chinois, au centre interculturel de Sierre et auprès des associations pour étrangère.

Liste disponible sous :

<http://www.sierretakeuil.ch/groups/sierre/fr/integration/associations.html>

Marche à suivre

1. Trouver des vieilles combinaisons auprès des habitants du village
2. Contacter Virage Sport pour la collaboration
3. Contacter le Centre Sportif du Lavioz pour la collaboration
4. Définir les dates
5. Créer le cours sur le site internet, publier sur Facebook, intégrer dans la brochure tout-ménage
6. Lancer le bouche-à-oreille
7. Créer un flyer spécial et le distribuer personnellement

Annexe XXIX : Programme après-ski

Quoi ?

- Programme d'activités après-ski pour enfants

Lundi	Patinage
Mardi	Jeux sur glace
Mercredi	Curling (pour toute la famille)
Jeudi	Hockey
Vendredi	Disco-glace (pour toute la famille)

- Quand ? De 17h30 à 19h en semaine de vacances (disco-glace de 19h à 21h)
- Pour qui ? Enfants vacanciers
- Où ? Patinoire du Lavioz

- Programme d'activités après-ski pour adultes

Lundi	Ski de fond
Mardi	Peaux de phoques
Mercredi	Curling (pour toute la famille)
Jeudi	Raquettes
Vendredi	Disco-glace (pour toute la famille)

- Quand ? De 17h30 à 19h en semaine de vacances (disco-glace de 19h à 21h)
- Pour qui ? Adultes vacanciers et habitants de la plaine
- Où ? Vercorin

Comment ?

Partenaires

Virage Sport pour la location de l'équipement de ski de fond, de peaux de phoques et raquettes. Possibilité également d'emprunter le matériel de ski de fond et de ski de randonnée auprès de Jeunesse+Sport.

Buvette du Lavioz pour la patinoire, les patins, le matériel de curling, les cannes de hockey

Commune de Chalais pour l'emprunt des lumières de couleurs

Promotion

Affiches au bureau, programme hebdomadaires de l'OT, brochure « nouveautés », brochure « plaine »

Marche à suivre

1. Contacter les différents partenaires pour la collaboration

2. Créer une nouvelle section « Animations hebdomadaire » sur la page d'accueil du site internet
3. Intégrer dans la brochure « nouveautés » et dans la brochure « plaine »
4. Créer une affiche pour la vitrine
5. Communiquer aux clients dans les e-mails de confirmation des périodes de vacances
6. Communiquer à l'OT pour le programme hebdomadaire

Idées d'exercices patinage

Mise en train

Durée	Thème/Exercice/Forme de jeu	Organisation/Schémas	Matériel
8'	Jeu des 100 Former de groupes de trois. Chaque groupe lance un dé devant l'enseignant. Celui-ci note le chiffre. Le groupe effectue ensemble un tour de cercle. Etc. Chaque groupe réussit-il dans un temps donné à atteindre 100 points ?	Le total de points exigé doit être adapté aux conditions personnelles et situationnelles	Dé, papier, crayon
6'	Coup du sort Chaque couple tire un billet. Ensemble, il accomplit la tâche demandée (patiner un slalom ou bien patiner un grand cercle, etc.) Le jeu se déroule jusqu'à ce qu'il n'y ait plus de billets.	A deux	Billets
6'	Statues Trois élèves forment un groupe. Deux sculpteurs font du troisième élève une statue et le poussent selon un parcours donné. Puis les rôles sont inversés.	A trois	

Partie principale

Durée	Thème/Exercice/Forme de jeu	Organisation/Schémas	Matériel
5'	Atome Tous se déplacent librement dans un terrain délimité. Le meneur de jeu dit un chiffre entre un et trois. Ce chiffre détermine le nombre d'enfants qui doit se regrouper ensemble, former un cercle et s'attraper par les mains. Les groupes formés tournent en cercle (visage et buste orientés vers le centre du cercle). Puis le groupe se dissout et attend le nouveau chiffre du meneur de jeu.	Tous ensemble; très approprié pour former spontanément des groupes	
5'	Le dixième Le couple réussit-il à accomplir les dix tâches sans erreur? Le rythme d'apprentissage des plus faibles détermine le rythme du jeu. <ol style="list-style-type: none"> 1. «citrons» en avant: 10 x 2. faire la patinette sur chaque jambe: 9 x 3. «citrons» en arrière: 8 x 4. faire un slalom : 7x 	A deux. Ecrire les 10 tâches et plastifier la feuille,	Feuille plastifiée, cônes

5'	«Bonjour, Monsieur le maître de glace 0187 Les joueurs forment un cercle et se tiennent par la main. Un joueur patine autour du cercle et touche un autre dans le dos. Celui-ci démarre en sens inverse. Dès que les joueurs se rencontrent, ils se donnent la main et se saluent trois fois avec les mots «Bonjour, Monsieur le maître de glace», puis tentent aussi vite que possible de reprendre leur place dans le cercle. Celui qui arrive en premier à sa place a gagné. Le 2e joueur patine à son tour autour du cercle. Les joueurs du cercle peuvent eux aussi tourner doucement. Cela augmente l'intensité du jeu.	5-6 joueurs par cercle	
5'	Curling humain Après un élan défini, le skip (A) lance la pierre (B) en «petit paquet» sur la piste de curling. Si B atteint la première ligne, A obtient un point. Si B atteint la deuxième ligne, A obtient deux points. Qui obtient le plus de points avec trois lancés?	A deux. Marquer les lignes avec des cônes.	Cônes
5'	Jeu de nombres Délimiter un terrain de jeu carré. Les angles sont définis avec les chiffres de 1 à 4. Les élèves patinent librement. Dès que le meneur de jeu siffle et annonce un chiffre de 1 à 4, les patineurs doivent se rendre aussi vite que possible dans l'angle annoncé puis revenir. Le meneur de jeu peut aussi annoncer un nombre à trois chiffres (132). Les joueurs doivent alors se rendre dans les angles correspondant dans l'ordre des chiffres annoncés (angle 1, puis 3, puis 2).	Terrain de jeu carré. Écrire les nombres 1 à 4 sur une feuille.	Sifflet, feuille
5'	Ciseaux-papier-caillou Les élèves A et B se tiennent face à face à 2 mètres de distance. Ils disent ensemble la formule «Ciseaux-papier-caillou» puis montrent grâce à leur main l'un des trois symboles. Celui qui a le signe le plus faible doit fuir (les ciseaux battent le papier, le papier bat le caillou, le caillou bat les ciseaux). Si le fuyard est rattrapé par son camarade, le poursuivant marque un point; sinon, c'est le fuyard qui marque un point.	À deux.	

Partie finale

Durée	Thème/Exercice/Forme de jeu	Organisation/Schémas	Matériel
6'	Parc animalier La classe est séparée en deux. Une moitié présente différents animaux du zoo qui se déplacent librement sur la glace. Les visiteurs du zoo tentent de deviner quels sont les animaux. Combien d'animaux reconnaissez-vous? Inverser les rôles.	Diviser la classe	
4'	Laurenzia Tous se tiennent en cercle par les mains et chantent «Laurenzia» (ou «Mon chapeau a trois coins»). Tous s'accroupissent au mot «Laurenzia» prononcé et chaque jour de la semaine (ou aux mots «chapeau» et «coin»).	Cercle en se tenant par les mains (buste orienté vers le centre).	

Source : récupéré sur https://www.mobilesport.ch/wp-content/uploads/2011/10/J+S-Kids_Patinage_L10_Jeux_f.pdf

Plus d'idées pour les différents sports sur : www.mobilesport.ch

Annexe XXX: VTT

	Adultes et jeunes	Enfants
<u>Quoi ?</u>	Encadrement randonnée	Cours collectif initiation DH
<u>Quand ?</u>	A la carte dès 5 personnes	Après-midi 14h – 16h30
<u>Où</u>	Vercorin & Val d'Anniviers	Crêt du Midi
<u>Pour qui ?</u>	Vacanciers et excursionnistes	

Comment ?

Partenaires

Virage Sport pour la location de VTT

TVSA pour le forfait de la télécabine, le financement de module enfants et la création d'un parcours vert pour enfants débutants

Marche à suivre

1. Contact avec Virage Sport pour la location de VTT
2. Contacter TVSA pour le projet de piste verte et modules débutants
3. Création de la promotion

Annexe XXXI : Mountainboard

	Groupes	Enfants
<u>Quoi ?</u>	Encadrement randonnée	Cours collectif initiation
<u>Quand ?</u>	Après-midi 13h-16h	Matin 10h-12h30
<u>Où</u>	Crêt-du-Midi	Centre sportif du Lavioz
<u>Pour qui ?</u>	Vacanciers et excursionnistes	

Comment ?

Partenaires

Virage Sport pour l'achat et la location de *mountainboard* sauf si achat du matériel par l'ESS Vercorin. Une planche basique (avec frein) coûte environ 400 CHF et il en faut minimum 6 (5 clients + 1 moniteur). Le deuxième cas de figure rendrait la prestation plus exclusive et forcerait le client à passer par l'ESS Vercorin pour le pratiquer. La deuxième version est par conséquent conseillée.

TVSA pour l'exploitation du Centre sportif du Lavioz, le forfait de la Télécabine (pour la randonnée) et le financement de modules

Menuiserie Perruchoud ou F.M.R Park pour la construction de modules ludiques pour enfants à installer au Lavioz

Marche à suivre

1. Contact avec Virage Sport pour évaluer l'intérêt
2. Contacter TVSA pour exploiter le Centre Sportif du Lavioz l'été, cofinancer l'achat de module
3. Demander un devis à la Menuiserie Perruchoud et à F.M.R Park
4. Achat de planches et des protections selon discussion et choix de l'ESS
5. Création d'un parcours débutant au Centre Sportif du Lavioz
6. Création de la promotion

Annexe XXXII : Ski sur herbe

<u>Quoi ?</u>	Cours privé	Initiation collective	Organisation pour groupes et entreprises
<u>Quand ?</u>	1h à la carte	Matin 10h-12h30 (et après-midi 14h-16h30 selon succès)	Demi-journée à la carte
<u>Où</u>	Centre sportif du Lavioz		
<u>Pour qui ?</u>	Vacanciers et excursionnistes		Groupes et entreprises

Partenaires

Ski-+Club Brentaz Vercorin pour la mise à disposition de piquets et portes de slalom

TVSA pour l'exploitation du Centre Sportif du Lavioz

Virage Sport pour l'achat et la location de skis sur herbe sauf si achat du matériel par l'ESS Vercorin. Une paire basique coûte environ 500 CHF, il en faudrait 6 (5 clients + 1 moniteur). Le deuxième cas de figure rendrait la prestation plus exclusive et forcerait le client à passer par l'ESS Vercorin pour le pratiquer.

Marche à suivre

1. Contacter Swiss Grasski pour un cours d'introduction
2. Contacter TVSA pour l'exploitation
3. Contacter le Ski-Club Brentaz Vercorin pour le matériel
4. Achat de matériel ou discussion avec Virage Sport
5. Création d'un parcours
6. Création de la promotion

Annexe XXXIII : Propositions pour dynamiser la page Facebook de l'ESS Vercorin

- Choisir un hashtag (par exemple #ecoleskiverco) à utiliser pour toutes les publications
- Communiquer ce hashtag aux clients (par des affiches, sur la page FB, dans les e-mails de confirmation)
- Demander aux moniteurs de publier régulièrement
- Organiser des concours photos ou vidéos pour inciter les clients, surtout les jeunes à poster
- Créer un bouton de réservation sur la page Facebook
- Communiquer les résultats des courses du ski de compétition, les nouvelles formations des moniteurs, progression des élèves afin de promouvoir le niveau et la qualité
- Créer des vidéos avec des astuces, des tricks et des prestations des moniteurs
- Se concentrer sur la promotion des produits spéciaux tels que les cours plaines, cours collectifs du week-end et camps freestyle ainsi que les animations
- Récolter les avis des clients en créant une option sur la page Facebook
- Animer la page annuellement et régulièrement

Pour aller plus loin

Créer un compte *Snapchat*, car c'est le nouveau moyen que les jeunes utilisent pour communiquer et s'envoyer des photos. De plus en plus d'entreprises s'y mettent pour envoyer des photos et des vidéos.

Créer un compte *Instagram*. Cette plateforme est utilisée pour publier des photos uniquement. Les photos postées peuvent être embellies avec des effets spéciaux. Le but de ce réseau est de créer des émotions. Il existe ensuite la possibilité de partager la publication sur Facebook également.

Annexe XXXIV : Activités proposées par Courchevel Aventure

En journée, les activités proposées sont :

- Slalom multiglisse sur une piste privée avec remontée en motoneige. Parmi les activités de glisse se retrouvent les trotiskis, le véloski, le paret (comparable au snowfox proposé à Serfaus-Fiss-Ladis), le snake glisse et l'airboard.
- Motoneige sur circuit
- Conduite d'un engin de damage
- Conduite de voiture de modélisme sur glace ou neige
- Raft sur neige
- Sculpture de glace
- Quad sur neige
- Ski Joëring (tiré par un cheval)

Parmi les activités en après-ski, nous retrouvons :

- Randonnées en motoneige combinables avec un apéro dans un igloo ou une yourte
- Descente nocturne en luge
- Descente aux flambeaux
- *Monsteur Dameur* : Conduite d'un engin de damage à la fermeture des pistes
- *Goût'Igloo* ou *Apéri'Glou* : Goûter ou apéro dans un igloo

Les soirées sont thématiques selon l'exclusivité, l'expérience ou la convivialité :

- Exclusif : *Inuit Expérience*. Cette soirée est destinée à des familles ou des groupes d'amis et se déroule de manière privée. Elle inclut :
 - Balade en motoneige
 - Descente en luge
 - Souper traditionnel dans une yourte
 - Descente en snake glisse
- Convivial : *Soirée Arbre à Fondue*. En plus, d'être conviviale, cette soirée se veut également écologique. Ainsi elle inclut :
 - Accès en raquette
 - Souper fondue avec des arbres à fondues
 - Animation musicale
 - Descente en luge
- Expérience : *Soirée Grand Nord*.
 - Balade en motoneige
 - Soirée savoyarde avec souper à la Cabane des Bûcherons
 - Descente en luge
- Expérience : *Iglou & glou & glou*
 - Souper dans un igloo

Annexe XXXV : Activités tendances proposées à Serfaus-Fiss-Ladis

Ski-Fox



Source : Récupéré sur <https://www.serfaus-fiss-ladis.at/en/winter/winter-active/funsport>

Snow-Scooter



Source : Récupéré sur <http://www.mumli-berta.at/en/nachrichtenreader-skiing-and-more-winter/aaaaand-action.html>

Déclaration de l'auteur

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Jean-François Neurohr et Baptiste Neurohr, directeurs de l'Ecole Suisse de Ski de Vercorin.

Vercorin, le 28 novembre 2016



Mélanie Lauper