

## Excursions à la journée

### «LA FAUNE HAUT-ALPINE»

Apiland, une structure dédiée à l'apiculture, déjeuner et la Montagne aux Marmottes, une « arche de Noé » avec spectacle de rapaces mais aussi un parcours botanique et une grotte préhistorique.

### «LE QUEYRAS»

St Véran et musée du Soum, ancienne bâtisse datant de 1641, dont l'espace intérieur évoque les activités de la vie quotidienne, déjeuner, maison de l'artisanat (vitrine du savoir-faire queyrassin) et Avieux pour son patrimoine religieux, sa vie agricole et ses cadrans solaires.

### «AUTOUR DU BARRAGE DE SERRE-PONÇON»

Barrage, maison de l'eau et de l'énergie, belvédère du lac, déjeuner, promenade en bateau.



■ Randonnée dans le Queyras, vallée du département des Hautes-Alpes, mais aussi parc naturel régional.



■ Isabelle Nicolas, chargée du Tourisme d'Affaires et de Groupes au sein du comité départemental du tourisme des Hautes-Alpes.

« ritable bouillon de culture ». Entre plaines et sommets, de nombreux édifices religieux, médiévaux ou places fortes se cachent aujourd'hui en fond de vallée ou s'exhibent sur un rocher. La liste est longue! Il y a des sites historiques (fortresses de Briançon et de Mont-Dauphin); des sites archéologiques (les mines d'argent du Vallon du Fournel); des sites naturels (les Demoiselles Coiffées, le Belvédère de Rousset, le parc national des Ecrins, les gorges du Guil); des villages (St Véran, le plus haut d'Europe culminant à 2042m d'altitude); des abbayes (Notre-Dame de Boscodon); des sanctuaires (Notre-Dame du Laus où la vierge est apparue, Notre-Dame de la Salette); des cathédrales (Gap, Embrun); des châteaux (Tallard, Picomtal); de l'artisanat (bois, laine); des produits du terroir (fromages, distillerie, apiculture); des jardins (le domaine de Charance)... Sans oublier le lac de Serre-Ponçon dont on peut faire le tour en bateau, tandis que son Muséoscope retrace l'histoire de la construction du barrage et de ses villages engloutis. Il y a donc matière à découvertes, mais qui étaient jusqu'alors principalement mises en avant par chacun des territoires (ou prestataires) haut-alpins à destination d'une clientèle groupes. En d'autres termes : rien n'était mené au niveau départemental.

### Mise en place d'un Club Groupes

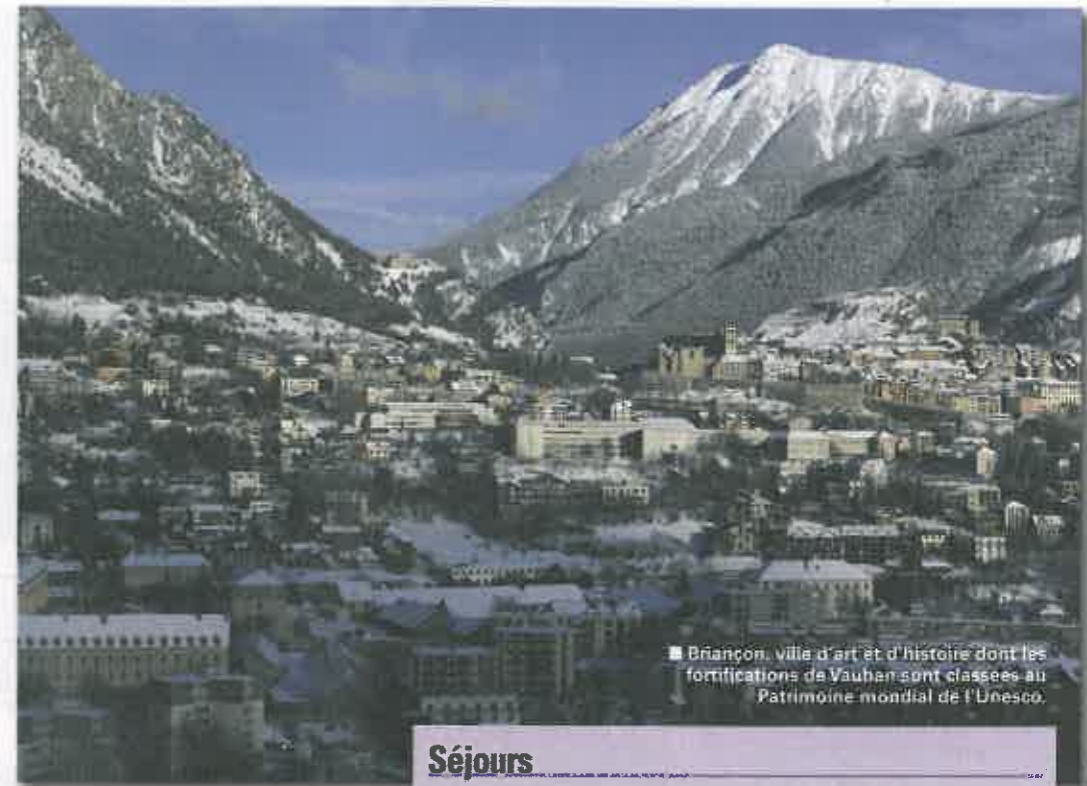
Changement de stratégie en 2011! Le comité départemental du tourisme des Hautes-Alpes (CDT) décide de prendre les choses en main, en s'intéressant de plus près à ce marché groupes. Dans cet objectif, la première étape a consisté à recruter une personne dédiée. C'est ainsi qu'Isabelle Nicolas intègre la structure institutionnelle en novembre 2011, après avoir travaillé dans un office de tourisme, puis

au sein d'une agence de voyages. Sa mission est précise : développer le marché groupes affaires et loisirs. « L'objectif était de faire mieux connaître les Hautes-Alpes en tant que territoire d'accueil pour ces deux types de clientèles à travers la mise en marché d'une offre structurée et adaptée », explique t-elle. Dès l'année suivante, la nouvelle recrue en charge du Tourisme d'Affaires et de Groupes ne ménage pas ses efforts pour « recenser, lister, rencontrer les différents prestataires, les hébergeurs, les restaurateurs... Tout était à faire », se souvient Isabelle Nicolas. Un « gros » travail qui va se concentrer dans un premier temps sur le tourisme d'affaires « parce que ce segment constituait une nouvelle niche à explorer pour le comité départemental du tourisme, alors que parallèlement était déjà traité la clientèle groupes loisirs par territoire », poursuit-elle. Au printemps 2012 est lancé le premier site internet dédié à la clientèle affaires. Et quelques mois plus tard, le premier résultat tombe : plus de 96 000 euros de volume de vente concrétisés, grâce notamment à l'accueil de six séminaires contractualisés sur fin 2012 début 2013. Mais, bien qu'occupée à développer ce segment affaires, Isabelle Nicolas se donne aussi le temps de préparer le terrain sur la cible groupes loisirs. Ainsi, au moment où est lancé le site internet, est créé dans la foulée un Club Affaires et Groupes. Son nom : « Hautes-Alpes séminaires et groupes ». « Les membres sont à ce jour au nombre de six (avec le souhait d'augmenter ce nombre, ndlr), répartis en quatre offices de tourisme que sont Serre-Chevalier, Montgenèvre, les Orres et Queyras, ainsi que deux agences réceptives, Déesse Voyages et France Groupes, détaille Isabelle Nicolas. Nous définissons ensemble les actions futures et communes ayant trait à ces deux marchés de clientèle, que ce soit sur les participations à des salons, les

contenus d'emails, l'organisation d'eductours ou encore les créations de produits ». Les membres du club doivent adhérer à une charte, donc s'engager sur différents points (ils sont 11 en tout). Par exemple : avoir son siège social dans les Hautes-Alpes pour les agences réceptives et être adhérent à l'office de tourisme de son territoire pour les autres, avoir un service réceptif avec au minimum une personne dédiée à l'activité tourisme affaires et groupes, être couvert par une garantie financière et une assurance responsabilité civile professionnelle, être immatriculé au registre des opérateurs de voyages et de séjours d'Atout France, accuser réception de toute demande de devis sous quarante-huit heures, veiller à la qualité générale des prestations fournies par l'ensemble des sous-traitants... « Si ce club a pour vocation d'assurer une communication et une promotion communes à l'ensemble de ses adhérents, il constitue aussi le moyen d'en mesurer les retombées économiques », ajoute Isabelle Nicolas.

### Promouvoir sans commercialiser

Après avoir principalement axé son travail sur le tourisme d'affaires, Isabelle Nicolas va tout au long de cette année 2013 se consacrer aux groupes loisirs, avec la volonté affichée de trouver auprès des autocaristes des partenaires privilégiés. Comme en témoigne la première participation du comité départemental du tourisme des Hautes-Alpes au MAP Pro International en octobre dernier... « Le CDT se positionne comme l'interlocuteur unique des professionnels pour leurs clients groupes », souligne Isabelle Nicolas. Nous agissons en tant que relais entre eux et les prestataires hauts-alpins, qui eux, seuls, sont amenés à commercialiser leur offre ». La structure institutionnelle en assure seulement la prospection et



■ Briançon, ville d'art et d'histoire dont les fortifications de Vauban sont classées au Patrimoine mondial de l'Unesco.

### Séjours

- « Sur les traces de Napoléon, aux portes de la Provence » (5j/4n) : Digne-les-Bains, Sisteron, Tallard, lac de Serre-Ponçon, vallée du Champsaur, Gap et St Véran.
- « A la découverte de Vauban et produits de région (5j/4n) : lac de Serre-Ponçon, Apiland Nature, Briançon, Mont-Dauphin, sanctuaire Notre-Dame de Laus, Tallard... et dégustations (distillerie et fromagerie).



■ St-Véran est la commune la plus haute d'Europe. Les habitants vivent principalement du tourisme et de nombreux artisans y présentent leur travail, notamment la sculpture sur bois.

la promotion. Ainsi, dans la pratique : « un professionnel intéressé par un de nos produits packagés doit nous contacter, et en fonction de ses attentes et ses besoins, nous le conseillons et le dirigeons vers le prestataire qui saura le mieux répondre à sa demande », explique t-elle. L'offre groupes est, pour l'instant, accessible en ligne sous la forme de fiches-produits. « Je n'écarte cependant pas l'idée d'éditer une brochure », glisse Isabelle Nicolas. Les formules se déclinent en excursions à la journée et en séjours (voir encadrés en guise d'exemples). « Ces offres s'adresseront parallèlement aux associations, aux clubs et aux comités d'entreprise », indique t-elle. Les tarifs sont définis « à partir de », avec selon les programmes l'application de gratuités (généralement une pour le conducteur, et une seconde pour 20 payants). Des tarifs qui seront négociables au cas par cas directement avec le prestataire sélectionné par le professionnel.

L'année 2014 viendra confirmer ce positionnement sur le marché groupes loisirs pour le comité dé-

partemental du tourisme des Hautes-Alpes. L'envoi d'emails et des démarches sur le terrain (notamment auprès des autocaristes basés en région Provence-Alpes-Côte d'Azur) sont inscrits au planning. « J'ai pour objectif que le dé-

partement des Hautes-Alpes soit référencé auprès des autocaristes », conclut Isabelle Nicolas. En attendant - qui sait - d'intégrer le Club Destination Groupes de la Rn2D, un projet actuellement en discussion entre les deux structures. ■