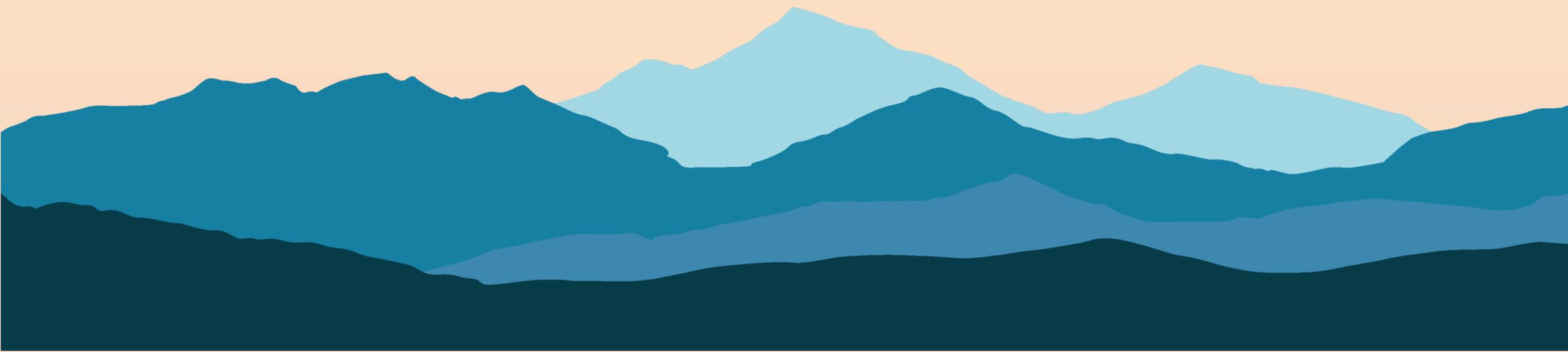




**Faire de ses résidents secondaires
des ambassadeurs du territoire
31 mai 2022 – Beaufort**



Ambitions Tourisme en quelques mots

C'est quoi?

Des temps de formation, de sensibilisation, de rencontres et d'accompagnement sur-mesure

Pourquoi?

Pour répondre aux enjeux et défis du tourisme d'aujourd'hui et de demain

Pour qui?

Les professionnels du tourisme d'Arlysère

C'est quand?

De 2022 à 2024

C'est où?

Dans les destinations touristiques d'Arlysère

Ça parle de quoi?

***4 grandes thèmes** : les destinations touristique, les clientèles et les marchés touristiques, la communication, le pilotage de la destination*

■ LA DESTINATION :

- La mise en réseau des acteurs
- L'appropriation de la destination pour un accueil réussi
- La compréhension de l'écosystème touristique

■ LES CLIENTÈLES, LA PRODUCTION ET LES MARCHÉS

- La connaissance des clientèles
- L'expérience client, le slow tourisme et sa mise en œuvre opérationnelle
- La production de prestations et l'accompagnement des prestataires
- La distribution

■ LA COMMUNICATION

- Le web, les réseaux sociaux et les contenus
- APIDAE

■ LE PILOTAGE DE LA DESTINATION

- Gouvernance et pilotage stratégique d'une destination
- Gérer une situation de crise
- Mettre en œuvre la transition écologique et évoluer vers un nouveau modèle économique
- Améliorer sa stratégie ressources humaines

PRINTEMPS

- **9 JUIN 2022 – 9H-12H – LE TOI DU MONDE – FLUMET**

Acquérir les notions essentielles du Slow Tourisme

AUTOMNE

Eductour à la découverte de la destination Beaufortain

Voyage d'études autour de l'allongement des saisons

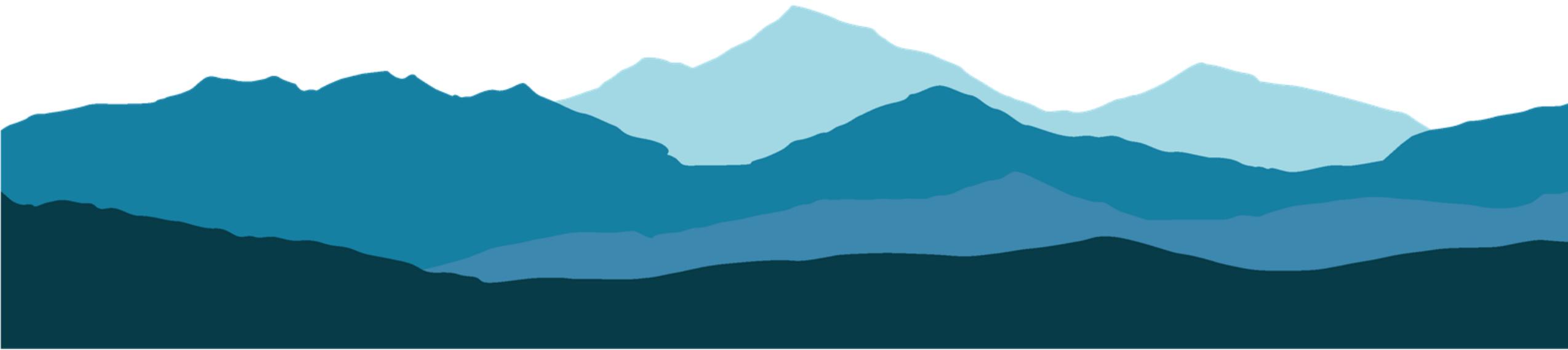
Les clientèles anglaises et du bénélux

Comprendre les bases de la gestion de la relation client, pour optimiser l'accueil et la fidélisation

Bien connaître le parcours client et l'accueil des clientèles

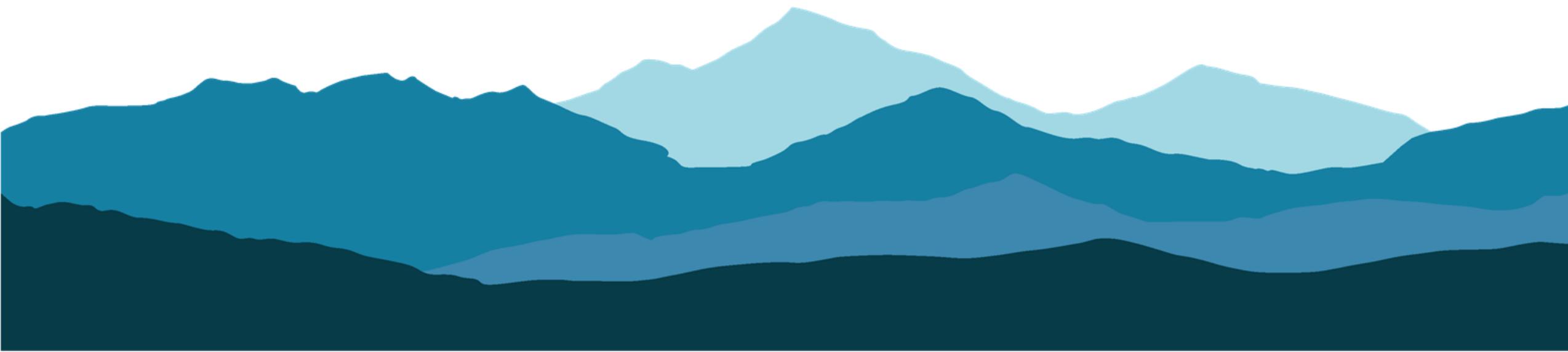
Mettre en œuvre la transition écologique

Programme de la matinée



- **INTRODUCTION : ENJEUX LIÉS AUX RÉSIDENCES SECONDAIRES**
- **PANORAMA DES RÉSIDENCES SECONDAIRES**
- **EXEMPLES**

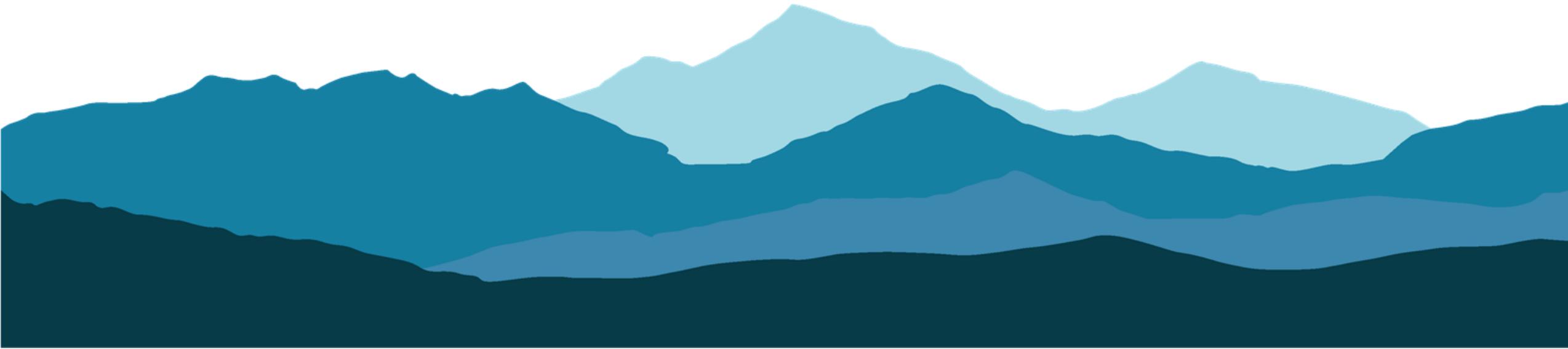
Introduction : les enjeux



POURQUOI EN FAIRE DES AMBASSADEURS ?

- Pour moi, le principal bénéfice à faire des résidents secondaires des ambassadeurs, c'est...

1- Panorama des résidences secondaires



Arlysère : résidences secondaires par commune

			Données 2018 - INSEE - comparateur de territoires https://www.insee.fr/fr/statistiques/2521169					
CP	Zone	Commune	Population	Logements	Résidences principales	Rés sec. s et logts occasionnels	% Résidences secondaires / parc logement	Logements vacants
73034	Beaufortain	Beaufort	2 051	2 809	983	1 688	60%	138
73132	Beaufortain	Hauteluçe	758	3 874	353	3 492	90%	30
73211	Beaufortain	Queige	794	661	376	240	36%	45
73317	Beaufortain	Villard-sur-Doron	708	1 667	324	1 298	78%	45
TOTAL BEAUFORTAIN			4 311	9 012	2 036	6 717	75%	259
73088	Val d'Arly	Cohennoz	160	711	80	625	88%	6
73094	Val d'Arly	Crest-Voland	337	1 030	158	841	82%	31
73114	Val d'Arly	Flumet	808	1 111	359	729	66%	23
73123	Val d'Arly	La Giëttaz	391	882	192	596	68%	94
73186	Val d'Arly	Notre-Dame-de-Bellecombe	476	1 918	221	1 657	86%	40
73262	Val d'Arly	Saint-Nicolas-la-Chapelle	463	550	202	319	58%	29
TOTAL VAL D'ARLY			2 635	6 203	1 212	4 767	77%	223
73011	Pays Albertville	Albertville	19 214	10 941	9 277	318	3%	1 346
73014	Pays Albertville	Allondaz	279	132	100	9	7%	23
73032	Pays Albertville	La Bâthie	2 176	1 219	943	145	12%	131
73061	Pays Albertville	Césarches	428	195	173	11	6%	11
73063	Pays Albertville	Cevins	730	493	327	117	24%	49
73110	Pays Albertville	Esserts-Blay	792	505	353	120	24%	32
73124	Pays Albertville	Gilly-sur-Isère	3 029	1 440	1 319	28	2%	93
73130	Pays Albertville	Grignon	2 113	981	895	28	3%	58
73153	Pays Albertville	Marthod	1 360	652	581	39	6%	32
73154	Pays Albertville	Mercury	3 159	1 564	1 353	61	4%	149
73170	Pays Albertville	Monthion	538	245	214	13	5%	18
73196	Pays Albertville	Pallud	792	384	334	26	7%	24
73216	Pays Albertville	Rognaix	484	245	193	50	20%	2
73268	Pays Albertville	Saint-Paul-sur-Isère	531	415	247	145	35%	23
73292	Pays Albertville	Thénésol	313	161	129	13	8%	19
73298	Pays Albertville	Tours-en-Savoie	935	463	413	22	5%	28
73303	Pays Albertville	Ugine	7 076	3 941	3 376	200	5%	366
73290	Pays Albertville	Venthon	607	319	278	15	5%	25
TOTAL PAYS D'ALBERTVILLE			44 556	24 296	20 505	1 361	6%	2 429
73086	Hte Combe Savoie	Cléry	399	204	161	36	18%	7
73121	Hte Combe Savoie	Frontenex	1 913	964	871	15	2%	78
73129	Hte Combe Savoie	Grésy-sur-Isère	1 229	663	528	42	6%	94
73162	Hte Combe Savoie	Montailleur	679	333	280	36	11%	16
73188	Hte Combe Savoie	Notre-Dame-des-Millières	1 031	535	446	57	11%	31
73202	Hte Combe Savoie	Plancherine	446	232	178	41	17%	14
73241	Hte Combe Savoie	Sainte-Hélène-sur-Isère	1 182	613	522	40	7%	51
73283	Hte Combe Savoie	Saint-Vital	705	309	272	15	5%	21
73297	Hte Combe Savoie	Tournon	602	289	255	16	5%	18
73312	Hte Combe Savoie	Verrèns-Arvey	910	445	375	32	7%	38
TOTAL HAUTE COMBE SAVOIE			9 096	4 586	3 888	329	7%	369
TOTAL ARLYSÈRE			60 598	44 097	27 642	13 175	30%	3 280

Données 2017 - INSEE / FIDELI https://www.insee.fr/fr/statistiques/5014073		
Nombre de résidences principales	Nombre de résidences secondaires	% de rés secondaires dans l'ensemble des rés. principales et secondaires
28 300	10 600	27%

Profil des propriétaires de résidences secondaires

PROFIL DES PROPRIÉTAIRES [France]:

- **Propriétaires depuis longtemps :**
 - Montagne station: 19,5 ans /France: 14,3 ans
 - [Enquête Arêches Beaufort 2011] : 47% ont acheté avant 2000.
- **Moyenne d'âge**
 - [Atout France - France] **57 ans** (49 ans pour les non propr.)
 - [INSEE, FIDELI 2017 – Arlysère] : 33% ont plus de 70 ans
 - [G2A – Arlysère] : 54 ans en moyenne
- **Composition du foyer :**
 - [Atout France - France]
 - **72% mariés**, contre 52% des non propriétaires
 - **79% ont des enfants** ou un conjoint qui en a, mais seulement 18% ont des enfants de moins de 15 ans avec eux. Ils ont donc des **enfants adultes**.
 - **45% ont des petits enfants**
 - [G2A – Arlysère] :
 - 47% en couple sans enfants
 - 41% en couple avec enfants
- **50% de retraités**, contre 31% des non propriétaires

PROFIL DES PROPRIÉTAIRES RÉCENTS :

- **Plus jeunes** : 32% <40 ans, 37% entre 40 et 59 ans
- 59% **actifs**
- Plus de **célibataires** : 21%
- 46% ont des **enfants**
- 67% ont **acheté** leur résidence secondaire
- **Loue** de façon occasionnelle à 14% ou envisage de le faire à l'avenir pour 21%

ORIGINE GEO. DES PROPRIÉTAIRES ARLYSÈRE :

[INSEE, FIDELI 2017 – Arlysère]

- Presque 50% vivent en AURA :
 - 28% en Savoie Mont Blanc
 - 19% en AURA hors SMB
- Autres régions : 32%
- Etranger : 5%
- Ménage à 3 h de route ou + : 50% ou plus

[G2A – Arlysère] :

- 35% vivent en AURA
- 18% en Ile de France

Profil des propriétaires de résidences secondaires

NIVEAU DE VIE DES PROPRIÉTAIRES

- **Niveau de vie et patrimoine plus élevés que la moyenne des Français :**
 - 43% : plus de 48 000 € de revenus pour le ménage
 - 76% propriétaires de leur résidence principale et seuls 12% ont encore un emprunt à rembourser
 - Ont souvent des biens loués à l'année en + de leur rés. principale et secondaire
 - [INSEE, FIDELI 2017 – Arlysère] : **part de résidences secondaires Arlysère détenues par un ménage aisé : de 35 à moins de 45%**
 - **Valeurs liées à la famille et au patrimoine :**
 - Attachés à la propriété immobilière
 - 84% d'accord avec l'idée que la famille est le seul endroit où l'on se sente bien et détendu
 - **Forte pratique des vacances [France]:**
 - **Partent 2 à 3 fois plus souvent** que la population
 - **Pas seulement dans leur résidence secondaire**
-  Certains ont une bonne connaissance du tourisme, des hébergements et des enjeux.

IMPLICATION DANS LA VIE LOCALE : [Atout France - France]

- 1 propr. sur 6 (16,6%) participe aux activités d'une association locale ou d'un comité de quartier
 - 1 propriétaire sur 8 (12,5%) fait partie d'une association sportive ou culturelle locale
 - **Implication plus marquée chez les plus jeunes !**
-  **Important d'offrir un cadre pour cette implication** : club, association, partenariat différent...

[Enquête Arêches Beaufort 2011]

- Intérêt pour un club propriétaire : 72% oui
 - Actions souhaitées :
 - Envoi régulier **d'informations** relatives au fonctionnement de la commune/station : **100% !**
 - Organisation **d'événements dédiés** aux adhérents du club : 44,6 %
 - **Avantages** liés à l'évolution d'occupation de votre résidence : 44,6%
-  Ces 3 actions répondent notamment à un **besoin de reconnaissance**

Devenir propriétaire

- **ÂGE MOYEN LORS DE L'ACQUISITION** [France]: 41 ans
- **MOTIVATIONS** [France]:
 - Volonté d'un lieu où vivre en famille
 - Échappatoire à une vie citadine
 - Préparation de la retraite
 - Investissement patrimonial, incitation fiscale
- **MODE D'ACQUISITION DE LA RÉSIDENCE SECONDAIRE** [montagne station et hors station] :
 - **52% achat ou construction neuve**
 - 63% en montagne station
 - 25% don ou héritage en entier
 - 19% don ou héritage en indivision
- **DÉCLENCHEURS DE L'ACQUISITION** [France] :
 - **Fin du remboursement du prêt pour l'achat de la résidence principale : +++**
 - **Naissance d'enfants et/ou petits enfants – agrandissement de la famille**
 - Se libérer de contraintes pour les vacances
 - Avoir un lieu où réunir la famille

PROFIL DU BIEN ACHETÉ [montagne station] :

- Surface inférieure à celle observée ailleurs
- MAIS : capacité d'accueil moyenne parmi les plus élevées : 6,1 couchages
- [Enquête Arêches Beaufort 2011] : 43% des résidences sont des 6/8 personnes.

PERCEPTION DES DÉPENSES LIÉES À LA RÉS. [France]:

- 31% : lourde charge – montagne : 44%
- 3% une très lourde charge
- 56% une charge que je peux supporter sans difficulté

VALEUR ESTIMÉE PAR LES PROPRIÉTAIRES EUX-MÊMES

[montagne station et hors station]:

- 44% pense que leur rés. s'est plutôt appréciée
- 29% qu'elle est restée la même
- 19% qu'elle s'est plutôt dépréciée



leur faire comprendre le lien entre valeur du bien et attractivité touristique

Usage de la résidence secondaire

USAGE PERSONNEL DE LA RÉS. [France] :

- **Composition des visiteurs :**
 - 83% y vont en famille
 - 12% seul
 - 5% avec des amis
- **Nb moyen de semaines passées dans la rés. secondaire par le propriétaire [montagne]**
 - Montagne hors station : 7,1 sem
 - Montagne station : 5,5 sem
- **Consommation pendant le séjour [montagne] :**
 - 89% font des courses alimentaires
 - 73% vont au restaurant
 - 79% visites de producteurs locaux
 - 50% shopping hors alimentaire
 - 63% activités sportives/culturelles

UTILISATION DE LA RÉSIDENCE SECONDAIRE

[G2A – 2018/2019]: **15% des nuitées** touristiques du territoire sont produites par les propriétaires dans leurs résidences secondaires

PRÊT DE LA RÉSIDENCE SECONDAIRE [France]:

- **Les prêts sont en hausse**
- 2/3 des propriétaires prêt leur résidence à titre gratuit à la famille/amis
 - [Enquête Arêches Beaufort 2011] : 92,7% prêtent
- **Env. 4 semaines** d'occupation à titre gratuit par résidence
- Ceux qui se rendent souvent dans leur résidence prêtent autant

LOCATION DE LA RÉSIDENCE SECONDAIRE [France]:

- 20% déclarent louer leur résidence - 4 pts en 7 ans
- Durée totale moyenne de location : 11,5 semaines
- **Ceux qui louent davantage :**
 - **Profil propriétaire :**
 - Plus jeunes (moins de 40 ans +++ et 40-59 ans), actifs, célibataires et les propriétaires sans enfants
 - Habités du prêt, ceux qui ont d'autres biens en location à l'année
 - Ceux qui louent des logements de vacances auprès de particuliers
 - **Profil du bien :**
 - Travaux de réhabilitation ou de gros entretien au cours des 5 dernières années
 - Appartement, petite taille – moins de 35 m², moins de 5 couchages, balcon ou terrasse, piscine

LOCATION DE LA RÉSIDENCE SECONDAIRE

[Etude Atout France - France]:

- Ne souhaite pas louer : 63% [+ fort à la montagne]. 82% montagne hors station = les plus réfractaires
- Loue de façon régulière : 10%
- Loue de façon occasionnelle : 10%
- Envisage de louer à l'avenir : 14%
- A arrêté : 3%

NOMBRE DE SEMAINES D'OCCUPATION

[Etude Atout France - montagne]:

- Montagne station : 10,4 sem : occupation propr. + prêt + location
- Montagne hors station : 10,2 sem : occupation propr. + prêt + loc
- Les résidences secondaires en montagne sont surreprésentées parmi les bien peu occupés

[Enquête Arêches Beaufort 2011]:

- Occupation hiver : 39% entre 30 et 45 jours (entre 4 et 6 sem)
- Occupation été : 34% entre 15 et 30j et 26% entre 30 et 45j
- Occupation inter saison : 40% entre 0 et 8 jours

LOCATION DE LA RÉSIDENCE SECONDAIRE

[Etude FNAIM/IFOP - France]:

- Ne loue pas : 60%
 - N'envisage pas de louer à l'avenir : 75%
 - Envisage de louer à l'avenir : 26%
- Loue de façon régulière (+ de 10 sem.) : 22%
- Loue de façon occasionnelle (<10 sem) : 18 %

LOCATION DE LA RÉSIDENCE SECONDAIRE

[Enquête Arêches Beaufort 2011]:

- Ne loue pas : 70% / Loue : 30%
- Location envisagée : Non : 87% / Oui : 13%

LOCATION DE LA RÉSIDENCE SECONDAIRE

[G2A – 2018/2019]:

- 54% ne louent pas
Lits non commercialisés = 580 000 nuitées
- 46% commercialisent leur bien

MODE DE COMMERCIALISATION

[Etude Atout France - France]:

- **Connaissances, relations : 44%**
 - 60 ans et plus +++
 - location occasionnelle +++
 - propriétaires éloignés +++
- **Site d'annonces généralistes : 41%**
 - location occasionnelle +++
- **Agence immobilière : 34%**
 - locations régulières +++
 - propriétaires éloignés +++
- **Plateforme Internet spécialisée : 34%**
 - moins de 40 ans +++
- **Centrale de réservation locale : 17%**
- **Journaux/magazines d'annonces : 14%**

MODE DE COMMERCIALISATION

[Etude FNAIM/IFOP- France]:

- **Plateformes Internet spécialisées et généralistes : 52%**
 - location occasionnelle +
- **Agence immobilière et autres intermédiaires dont OT : 32%**
 - locations régulières +++
 - En baisse pour les locations occasionnelles
- **Connaissances, réseaux de relations : 31%**
 - location occasionnelle ++
- **16% ont changé de moyen de mise en location au cours de l'année précédente, dont 51% au profit des plateformes**

MODE DE COMMERCIALISATION

[Enquête Arêches Beaufort 2011]:

- **Agences immobilières : 75%**
- **En direct : 41,5%**
- **Centrale de réservation : 24,5%**

MOTIVATIONS À LOUER [Etude Atout France - France]:

- **Facteur financier** : financement emprunt résidence secondaire, mais aussi rés. principale
- Mais attention ceux qui déclarent que la dépense liée à leur résidence est une charge lourde ne mettent pas leur bien en location plus souvent que la moyenne

FREINS À LOUER [Etude Atout France - France]:

- **Dimension affective** : les plus réfractaires sont ceux pour qui la résidence secondaire est un lieu d'attaches ou de retrouvailles, mais aussi ceux qui l'ont reçu en donation/héritage
- **Freins** :
 - Souhait d'en disposer à tout moment : 50%
 - Crainte des dégradations : 18%
 - Trop contraignant : 9%
 - Obligerait à faire des travaux : 8%
 - Ne peut pas être présent à l'arrivée/départ : 5%
 - Fiscalité trop lourde ou trop complexe : 3%

▪ FREINS À LOUER DAVANTAGE [Etude FNAIM/IFOP - France]:

- **Location juste pour couvrir les charges : 47%**
- Usage personnel trop fréquent : 17%
- Pas assez de clients : 17%
- Loue uniquement à des personnes connues : 16%
- Contraintes fiscales : 14%
- Pas sur place et pas confiance dans les intermédiaires : 11%
- Pas besoin de plus de revenus : 9%

▪ FREINS À LOUER [Etude FNAIM/IFOP - France]:

- Souhait d'usage exclusif : 57%
- Crainte des dégradations : 42%
- **Manque d'accompagnement : 38%**
 - Pas sur place et pas confiance intermédiaires
 - Trop compliqué
- Le bien ne correspond pas aux standards : 16%

▪ AUTRES RAISONS HORS ENQUÊTE :

- Limiter le tourisme sur le territoire pour garder le confort et le calme

Leviers pour accroître la location

LEVIERS POUR ACCROÎTRE LA MISE EN LOCATION [France]:

- **Intervenir aux 2 bons moments** : recherche, puis acquisition
- **Offrir de la réassurance** :
 - **Intermédiaire de confiance**
 - **Services** :
 - 61% des prop. qui louent utilisent des services payants
 - **Montagne station** : jardinage/extérieur : 23%, gardiennage 16%, conciergerie 16%, ménage 14%, bricolage 13%, mise en route des réseaux 12%
 - **Montagne hors station** : jardinage/extérieur : 16%, mise en route des réseaux 8%, ménage 8%, bricolage 6%, conciergerie 4%, gardiennage 3%
 - **Plateformes de mise en relation : réassurance +++**
 - Contact direct avec le locataire
 - Avis
 - Pas d'engagement
 - Parmi ceux qui louent, 52% déclarent que les plateformes les ont incité à louer davantage
 - Parmi ceux qui ne louent pas, 27% pourraient être incités à le faire grâce à ces plateformes
 - **Mise en relation et location axées sur les communautés**
 - ...

LEVIERS POUR ACCROÎTRE LA MISE EN LOCATION [Etude FNAIM/IFOP - France]:

- Sur les 60% de non loueurs, 26% envisagent de louer à l'avenir
- **Raisons qui pourraient inciter à louer** :
 - Disposer d'une **personne de confiance** sur place : 39%
 - Profiter d'avantages fiscaux : 31%
 - Obtenir des loyers plus élevés : 17%
 - Frais d'intermédiaires moins élevés : 10%
- **Moyens envisagés pour louer** :
 - Plateformes Internet : 47%
 - Agences et autres intermédiaires, dont OT : 46%
 - **Pour cette catégorie : OT ++**
 - Location directe : 36%

Typologie des Propriétaires de Résidences Secondaires

Les héritiers – 30%

- Résidence secondaire héritée
- **On les trouve plus souvent à la montagne**
- La possèdent depuis longtemps
- Lieu d'attaches familiales/sentimentales
- **12 semaines d'occupation / an**
- Prêtent, mais ne louent pas

Les hédonistes décomplexés – 31%

- Ont acheté
- Propriétaires depuis quelques années, moins de 6 ans pour plus d'1/3
- **Charges financières relativement supportables**
- Estiment la valeur de leur bien en hausse
- Lieu d'évasion et de loisirs, activités touristiques
- **Occupent moins leur résidence**
- **MAIS : + investis que la moy. dans le réseau associatif local**
- **11 semaines d'occupation**
- Prêtent
- **Loueurs occasionnels**
- Utilisent les services payants

Les propriétaires retraités en quête de repos – 28%

- 60 ans et plus, retraités
- Ont acheté leur résidence secondaire
- Propriétaires depuis plus de 15 ans
- **MAIS pas plus investis localement que la moy.**
- Charge qu'ils peuvent supporter sans difficulté
- Lieu de repos, détente et retrouvailles
- **15 semaines par an**
- **Ne louent pas et ne veulent pas louer**
- Très peu utilisation des services payant

Les propriétaires investisseurs – 11%

- Acquisition plus récente – 47% depuis moins de 6 ans
- Plus jeunes – 46 ans en moyenne, plus de célibataires
- Revenus un peu plus faibles
- Mais résidence secondaire vue comme une charge négligeable
- **Placement financier et patrimoine pour l'avenir**
- Occupent assez peu et prêtent peu
- **Louent plus**
- **Total : 21 semaines d'occupation**
- **Un peu + investis que la moy. dans le réseau associatif local**
- Utilisent davantage les services

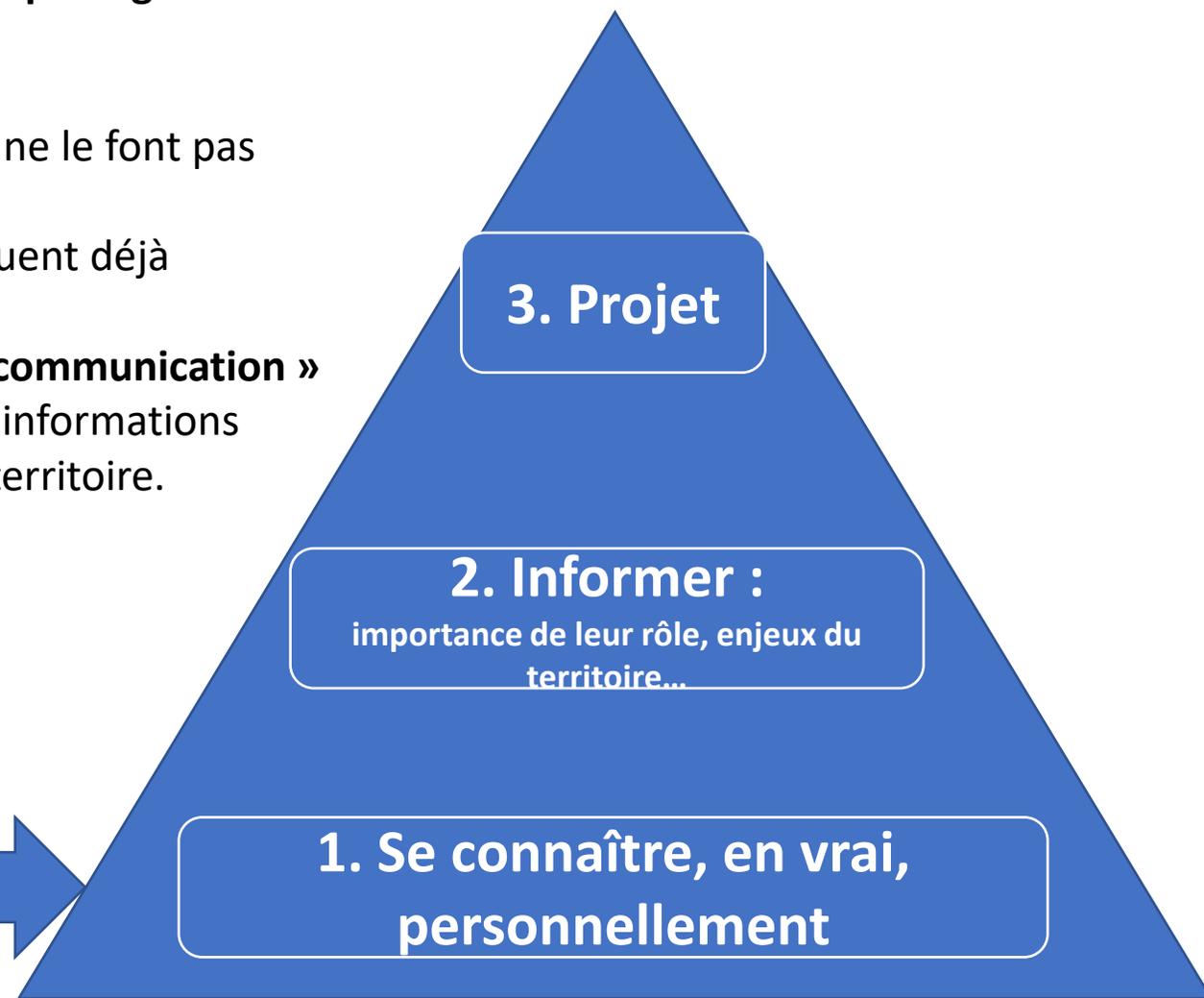
Pour mieux travailler avec les résidents secondaires

Plusieurs axes possibles pour un meilleur remplissage :

- Inciter à venir + dans sa résidence
- Inciter à la prêter +
- Inciter à mettre en location pour ceux qui ne le font pas mais pourraient l'envisager
- Inciter à louer davantage pour ceux qui louent déjà

A combiner avec des actions « information/communication » pour que les propriétaires soient des relais d'informations auprès de leurs hôtes et fassent rayonner le territoire.

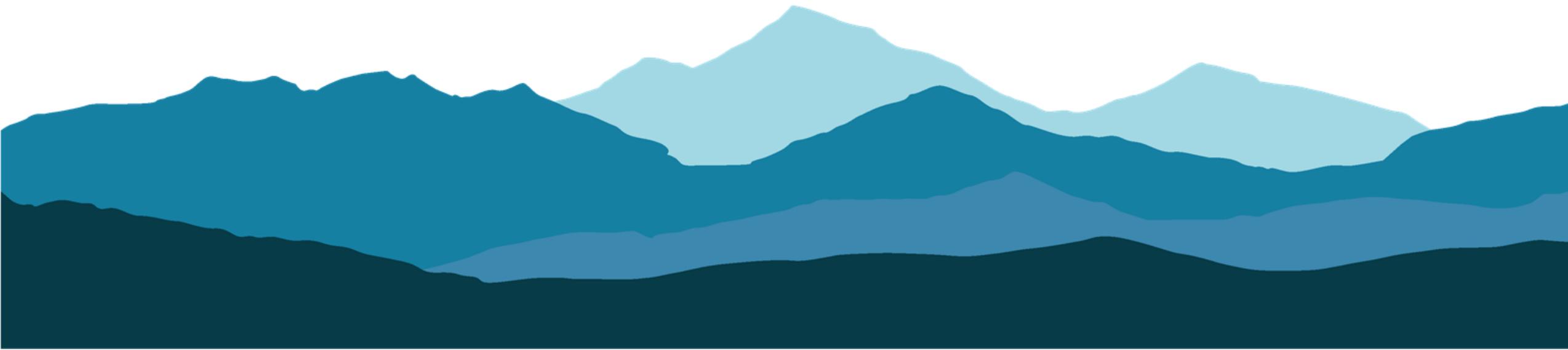
Rôle +++ des conseillers en séjour, syndicats, agences immobilières, remontées mécaniques, mairie, conciergerie, résidences, commerçants...



Personnaliser la communication pour convaincre

Ressort de motivation	Freins à la location	Communication efficace
Sécurité	PEURS : dégradations, client mauvais payeur, pas confiance dans les intermédiaires, loin... Pas envie que ça change	RASSURER – confiance Les rencontrer Office de tourisme, mairie, RM, agence connue... Chiffres pour convaincre et rassurer
Argent	Les frais des intermédiaires Les taxes afférentes à la location	Gain/bénéfices/avantages réels ou ressentis, économies pour <u>lui</u>
Pratique/Confort	Trop compliqué, pas le temps de s'en occuper, pas envie de contraintes.	SIMPLIFIER : accompagnement, services tout en 1...
Orgueil	Pas besoin d'argent. Envie de garder la station pour soi.	Communauté, garder le secret, être membre d'un club...
Imitation	Méconnaissance des enjeux	« Les autres le font », « Votre voisin le fait »
Nouveauté, originalité		Vous voulez plus de nouveautés dans votre station ? Besoin de ressources pour investir... besoin du remplissage des résidences secondaires. Venez à cette période, nouveautés.
Sympathie	Gardent leur bien pour eux, pour que les amis et la famille en profite. Pas envie de dépersonnaliser le bien.	Groupe, faire ensemble, participer à la stratégie Viennent à l'OT Economies pour vos hôtes Greeters – plateformes = lien avec le client – commercialisation par OT

2- Exemples



Orcières Merlette / Risoul / Labellemontagne

3 cartes privilèges : 3 niveaux



Privilège
(0 à 4 semaines de commercialisation)



Privilège Argent
(4 à 10 semaines de commercialisation)



Privilège Or
(+ 10 semaines de commercialisation).

Grille « logement labélisé »

Chiffre d'affaire forfaits RM Séjour TTC généré par la carte Risoul Privilège (en €)	Taux appliqué	Simulation du montant des Bons Risoul (en €)
Entre 0 et 1 000	1,50%	15 €, pour un CA = 1 000 €
Entre 1 000 et 2 000	3,00%	60 €, pour un CA = 2 000 €
Entre 2 000 et 3 000	4,50%	135 €, pour un CA = 3 000 €
Entre 3 000 et 4 000	6,00%	240 €, pour un CA = 4 000 €
Entre 4 000 et 5 000	7,50%	375 €, pour un CA = 5 000 €
Entre 5 000 et 6 000	9,00%	540 €, pour un CA = 6 000 €
Entre 6 000 et 7 000	10,50%	735 €, pour un CA = 7 000 €
Entre 7 000 et 8 000	12,00%	960 €, pour un CA = 8 000 €
Entre 8 000 et 9 000	13,50%	1 215 €, pour un CA = 9 000 €
Entre 9 000 et 10 000	15,00%	1 500 €, pour un CA = 10 000 €
Supérieur à 10 000		1 500 €, quel que soit le CA

Grille « logement non labélisé »

Chiffre d'affaire forfaits RM Séjour TTC généré par la carte Risoul Privilège (en €)	Taux appliqué	Simulation du montant Bons Risoul (en €)
Entre 0 et 3 000	1,50%	45 €, pour un CA = 3 000 €
Entre 3 000 et 4 000	3,00%	120 €, pour un CA = 4 000 €
Entre 4 000 et 5 000	4,50%	225 €, pour un CA = 5 000 €
Entre 5 000 et 6 000	6,00%	360 €, pour un CA = 6 000 €
Entre 6 000 et 7 000	7,50%	525 €, pour un CA = 7 000 €
Entre 7 000 et 8 000	9,00%	720 €, pour un CA = 8 000 €
Entre 8 000 et 9 000	10,50%	945 €, pour un CA = 9 000 €
Entre 9 000 et 10 000	12,00%	1 200€, pour un CA = 10 000 €
Supérieur à 10 000		1 200€, quel que soit le CA

Exemple : Location 10 semaines pour 4 personnes génère un CA de 7 505 € soit 720 € de bons d'échange

Rejoignez le Club Propriétaire, et profitez de nombreux avantages

- 🎁 Des offres flash promotionnelles et l'adhésion au AEON PASS offerte en début de saison.
- 🎁 Invitations à des événements tout au long de la saison.
- 🎁 Bons plans sur les commerces et activités de la station.
- 🎁 Participation à des jeux concours pour gagner des lots de qualité.

Fonctionnement du programme

1

Inscrivez-vous

Inscrivez-vous gratuitement au Club muni de votre taxe foncière, déclarez votre (vos) logement(s), et nous vous envoyons votre Code Propriétaire. Une taxe foncière est rattachée à un seul adhérent quels que soient le nombre de logements

2

Code Propriétaire

Lorsque vous achetez des forfaits ou que vous recevez de la famille, des amis ou des locataires dans votre logement, utilisez ou donnez votre Code Propriétaire.

Grâce à l'utilisation de votre Code Propriétaire, vous et vos occupants auront accès à des offres privilèges chez nos partenaires dans la station (location de skis, restaurants d'altitude, activités sur le domaine telles que motoneige, chien de traîneaux, vol en hélicoptère...).

[Détail bons plans ici](#)

3

Cumulez des points

Vous cumulez des points suite à vos achats et ceux de vos occupants.

Tous* les forfaits en vente sur le site internet vous permettent de cumuler des points et de bénéficier de réductions sur vos prochains achats !

** Hors Aeon Pass*

Pour résumer, plus votre bien est occupé, plus vos proches ou locataires commandent des forfaits, plus vous y gagnez !

Val Thorens : 5 semaines à justifier

LE PARTENARIAT PROPRIETAIRES

DES AVANTAGES ADAPTES A VOTRE IMPLICATION DANS LA STATION

Votre meublé est labellisé et vous pouvez justifier au moins 5 semaines de location l'hiver dernier?

Bénéficiez de réduction sur les forfaits de ski et autres activités!

Vous gagnez des "points avantages propriétaires" qui se transforment en bons de réduction chez les partenaires de la station engagés dans le programme :

Valthoparc, La Setam, l'ESF, certains commerçants etc...

[Téléchargez votre contrat](#) afin de recevoir au plus vite vos bons de réduction!

[Le Guide des Partenaires hiver 2019/2020 est disponible en téléchargement \(PDF\).](#)

Veillez noter les réduction accordées sur les forfaits de ski :

- 90€ de réduction sur l'achat d'un forfait saison domaines 3 Vallées, Vallée des Belleville et Val Thorens
- 20€ de réduction sur l'achat d'un forfait 6jours et + domaines 3 Vallées, Vallée des Belleville et Val Thorens
- 5€ de réduction sur l'achat d'une descente luge Toboggan (hors soirée)

Hors forfait « Val Thorens saison propriétaires »

Hors « 3 Vallées Liberté »

Hors tarif employés

Avec le « **Partenariat Propriétaire** », je perçois sous la forme de points, **jusqu'à 8 % du CHIFFRE D'AFFAIRES** généré par l'achat de SKIPASS par ma famille, mes hôtes, mes amis ou mes locataires.*

En somme :

Je skie, je marque des points...

Ma famille skie, je marque des points...

Mes hôtes, amis et invités skient, je marque des points...

Mes locataires skient, je marque des points...

En fin de saison d'hiver, je transforme mes points sous forme d'un avoir valable pour tout achat de SKIPASS (été et hiver suivant) ou en chèque cadeau destiné pour les travaux d'embellissement de mon appartement.

BÉNÉFICIEZ D'AVANTAGES SPÉCIFIQUES

Dans le cadre de l'opération « **Partenariat Propriétaire** » mes hôtes, mes amis, mes locataires, ma famille et moi-même bénéficions d'avantages supplémentaires auprès des commerçants partenaires ou des remontées mécaniques.

Téléchargez dès maintenant le [Guide des Avantages Locataires](#) pour retrouver tous nos partenaires.

LES SAISONNIERS ONT BESOIN DE SE LOGER POUR L'HIVER

Saison 21-22

Propriétaires

**Louez votre
logement**

Faites-vous connaître auprès de la
Communauté de communes Haute Maurienne Vanoise
nous pouvons vous mettre en relation !

Appeler le 04 79 05 26 67
ou
saisonniers@cchmv.fr

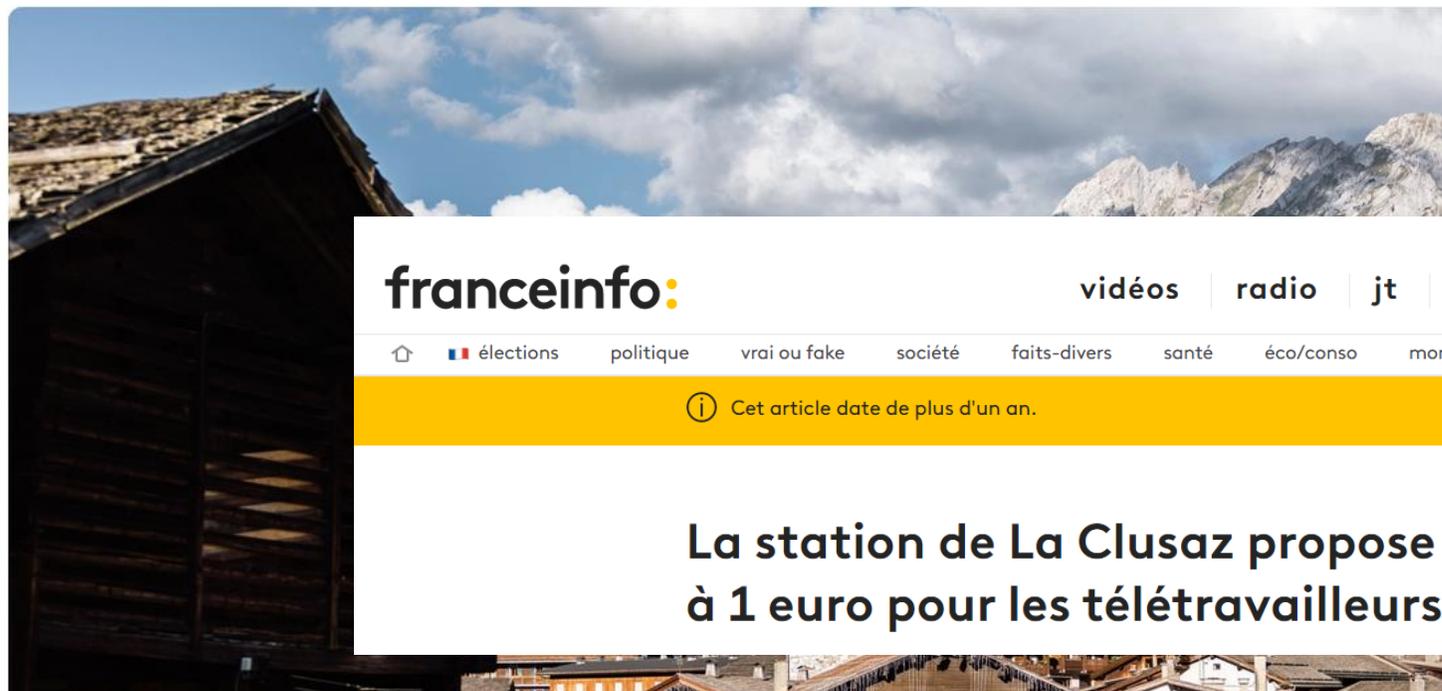


Haute Maurienne Vanoise

Stimuler la fréquentation par un message d'appel

Installez vous pendant un mois à La Clusaz pour 1€ avec Airbnb

Par [Airbnb](#) · 5 février 2021 · [Destinations](#), [Logements](#), [Territoires](#)



L'occupation des biens immobiliers, Un enjeu majeur pour AUSSOIS



Aussois : pédagogie

Le modèle de développement des stations

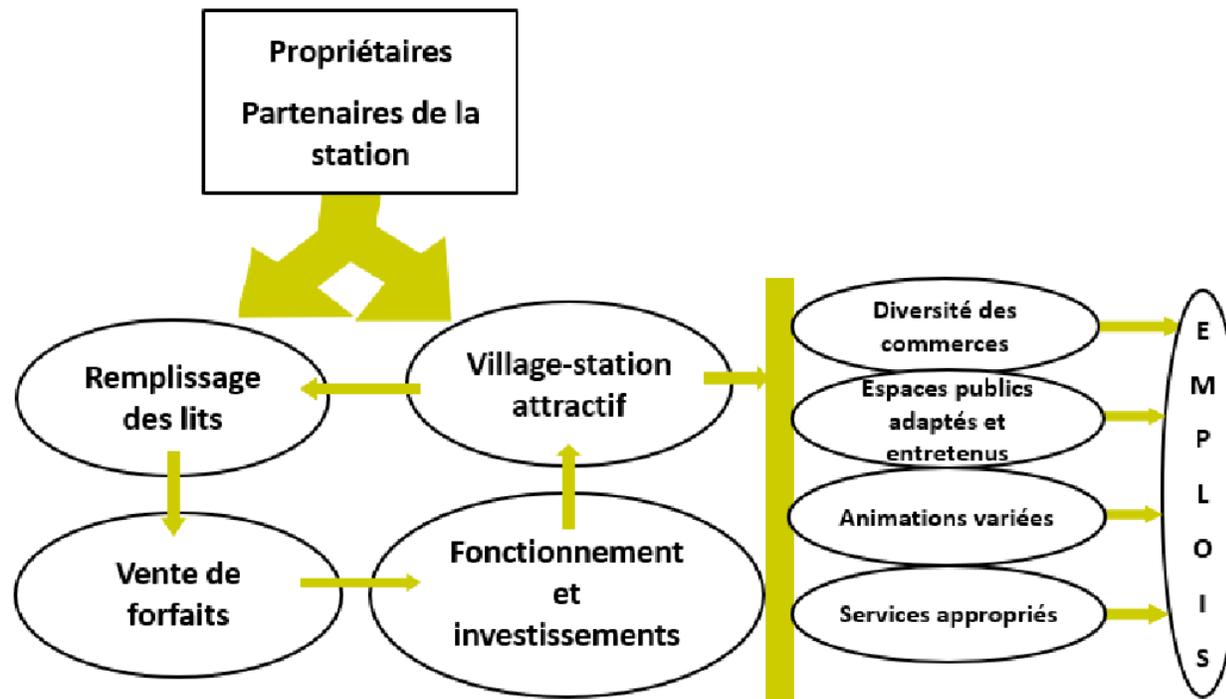


Pour financer leur développement et leur modernisation, les stations ont privilégié la construction régulière de nouveaux lits touristiques.

Ce procédé génère pour l'exploitant une hausse du chiffre d'affaires, qui permet des investissements conséquents sur son domaine skiable.

Par exemple : la construction de la résidence des Flocons d'Argent avec ses 1200 lits a permis la réalisation du Télésiège débrayable de l'Armoise.

Pour moderniser notre domaine skiable, devons-nous poursuivre une telle pratique et construire de nouveaux ensembles immobiliers qui viendront dénaturer notre environnement ?



Sans une mobilisation forte, nous serions contraints d'envisager de nouvelles constructions immobilières.

Pour vous inscrire dans cette démarche, nous rencontrer et /ou avoir des informations complémentaires, nous vous invitons à nous contacter à l'adresse suivante :

litsfroids@aussois.com

Associer les habitants et les résidents secondaires



PRESENTATION DE NOS GREETERS

ACCUEIL | ACTIVITÉS ET ÉVÉNEMENTS | VIE CULTURELLE | GREETER | PRESENTATION DE NOS GREETERS



FANFAN



COLETTE



MONIQUE



MAXIME



JEAN-PIERRE



CATHERINE



Ambassadeurs Combloux sur les pistes

Valoriser les habitants et résidents secondaires



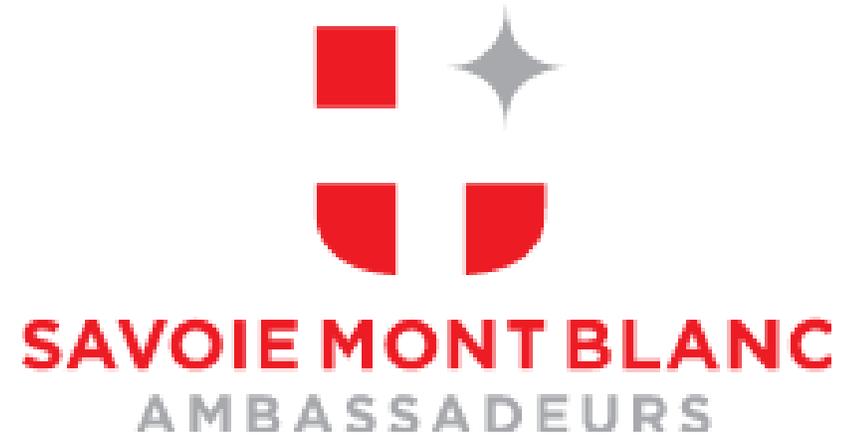
**ARCACHON
POUR
NOUS**

**JE PROFITE
DE MA
VILLE**
et ses alentours

**L'OFFICE DE TOURISME
VOUS PROPOSE
DES VISITES
INÉDITES**

The graphic features a central logo with two overlapping circles: a white one on the left containing the text 'ARCACHON POUR NOUS' and a blue one on the right containing 'JE PROFITE DE MA VILLE et ses alentours'. To the right is a photo of a smiling man in a yellow jacket. Below the logo are two smaller photos: one of a man and a woman looking at something off-camera, and another of a person in a workshop or museum setting. The text 'L'OFFICE DE TOURISME VOUS PROPOSE DES VISITES INÉDITES' is positioned to the right of these photos.

Ambassadeurs de marque et de territoire



Au service des propriétaires de résidences secondaires



Rapprocher les propriétaires des gouvernances des sites touristiques



Mettre en contact les propriétaires entre eux



Proposer des offres privilégiées aux propriétaires, premiers clients, ambassadeurs et investisseurs du site touristique dans lequel ils ont acheté leurs biens



Mettre en scène les destinations touristiques majeures du territoire français et d'apporter des informations claires aux propriétaires de ces destinations. Des déclinaisons stations sont ainsi proposées.



Informers les propriétaires quant aux enjeux et aux règles qui encadrent leurs biens



Apporter des réponses rapides et claires par des spécialistes pour chaque thème traité par Les Avisés



Être à l'écoute des propriétaires de résidences secondaires pour faire évoluer nos services



Réunir les associations de propriétaires de résidences secondaires et ainsi faire évoluer le projet

LA BEUFORTAINE - L'association des propriétaires du Hameau du Beaufortain



Partenariat maeva Home et Face/B : un plan ambitieux pour valoriser l'immobilier de loisir et réduire le phénomène des « lits froids »

11 mai 2022 à 07h01min par TH - Mots clés : maeva

<https://www.lesavises.com/>

<https://www.madeuxiememaison.fr/>

Partenariat maeva Home et Face/B : un plan ambitieux pour valoriser l'immobilier de loisir et réduire le phénomène des « lits froids » - TendanceHotellerie



Avec **madeuxiememaison.fr** Découvrez les meilleures offres de services pour trouver, financer et gérer votre résidence secondaire en toute simplicité!



Merci !

