

PLATEFORME DE MARQUE

DESTINATION SAINT-GERVAIS MONT-BLANC

(Point d'étape au 9 septembre 2024)

La plateforme de marque de notre destination est en cours d'élaboration avec l'agence Altimax. L'objectif est de formaliser collectivement les points forts de notre positionnement puis de le partager avec l'ensemble des partenaires et acteurs de notre destination. Cette plateforme de marque orientera durablement nos stratégies de conquête de clientèles et de communication.

1 – Planning et informations

La mission a débuté au mois de juin.

Depuis cette date, ont été menés :

- Réunion de briefing et validation des objectifs
- Des entretiens sur place en juin/juillet,
- Mise en place d'un questionnaire en ligne adressé à tous les socio-pros de la destination.

Une V1 de notre plateforme de marque est en cours de rédaction sur la base de tous ces éléments de travail. Elle sera affinée et présentée prochainement.

2 – Recueil d'informations / module en ligne

Très bonne participation, avec au total 70 contributions, représentatives de la destination et des différentes catégories de socio-pros.

Les réponses viennent de 11 catégories différentes d'acteurs de la station : hébergeurs, restaurateurs, magasins de sport, moniteurs de ski, guides, agences immobilières, transports, associations (...).

A / Pour eux, la destination est reconnue pour : sa situation au pied du Mont-Blanc, ses thermes et son offre bien-être, l'ambiance de son village, la qualité de ses infrastructures et son domaine skiable.

B / Les destinations concurrentes identifiées sont essentiellement de proximité : Chamonix, Megève, Les Contamines-Montjoie et dans un second niveau des stations comme Morzine, Combloux, Les Gets.

C / Si les forces ont bien été identifiées (point A), les avis sont assez unanimes sur les faiblesses de la destination, à savoir, l'absence d'une offre tourisme printemps et automne (beaucoup de commerces fermés), une offre VTT/cycle à développer, le manque de dynamique en termes d'offre commerciale, d'animation nocturne et hôtels/restaurants.

D / Les valeurs spontanément associées à la destination Saint-Gervais Mont-Blanc sont : l'authenticité, l'innovation, le respect de la nature, la convivialité.

E / Enfin, dans les avis divers, la « chance d'habiter à Saint-Gervais », dont la qualité n'est peut-être pas suffisamment perçue par les clients.

3 – Élaboration de la plateforme de marque

Toutes ces informations recueillies vont alimenter les travaux d'Altimax pour définir notre plateforme de marque :

- Matrice SWOT de notre destination (forces, faiblesses, opportunités, menaces), en s'appuyant sur les documents fournis, les interviews et sur l'étude en ligne.
Valorisation de 3 dimensions clés :
 - > un foisonnement d'activités pour tous les âges et en toutes saisons,
 - > une Station de 4 villages qui ont gardé leur âme et qui cultivent le sens de l'accueil,
 - > une commune qui innove, qui a pris ses responsabilités environnementales et sociétales.
- Une ambition : révéler le travail de fond engagé pour faire de Saint-Gervais Mont-Blanc une référence en termes de destination 4 saisons et de tourisme durable.
- Analyse concurrentielle d'autres destinations (Val d'Isère, Chamonix, Megève, les Contamines-Montjoie, Cortina d'Ampezzo, Saint Anton, Zermatt).

L'objectif étant d'élargir le spectre d'analyse, en ne se focalisant que sur une concurrence géographique, mais également sur une concurrence de positionnement et d'offre. Avec comme points de différence :

- > Une richesse d'offre et une destination qui vit de plus en plus à l'année
 - > Un équilibre entre tourisme et vie locale
 - > Un développement durable en action
-
- Cibles et stratégie des personae, avec 4 grandes cibles identifiées :
 - > Tribus & familles intergénérationnelles (dont propriétaires)
 - > Weekenders
 - > Cibles internes / sociopros
 - > Partenaires

 - Expression de notre mission :
Préserver notre environnement et la qualité de vie dans notre commune, en développant un tourisme raisonné offrant à nos clients une expérience de montagne authentique, sportive et ressourçante.

 - Définition des valeurs de la destination : Authentique, conviviale, innovante, respectueuse de la nature.

 - Le concept stratégique (axes de positionnement) est à formaliser, il sera présenté au mois d'octobre.

À partir de la validation de la Plateforme de marque, un guide de marque opérationnel pourra être créé, celui-ci intégrera également des éléments de langage, un manifeste et des éléments de style.

(extraits de la plateforme de marque)

 **ORIGINES**

Après la découverte des sources thermales au début du XIXème siècle, Saint-Gervais-les-bains devient une destination thermale.
Les premières ascensions depuis Saint-Gervais sont réalisées et en 1864, la Compagnie des Guides est créée.

Le tramway du Mont-Blanc est construit au début du XXème siècle et permet un accès à la voie royale du Mont-Blanc.
En 1936, le premier téléphérique est construit et permet le développement de la pratique du ski.

La Station rejoint le Domaine skiable Evasion Mont-Blanc.
La marque Saint-Gervais Mont-Blanc est créée pour accompagner le développement touristique de la commune.

À partir des années 2000, des projets de rénovation urbaine accompagnent le développement de la Station, faciliter les déplacements, améliorer la qualité de ses habitants et de ses visiteurs. Les derniers aménagements en date sont inaugurés en 2024 avec l'ascenseur valléen et l'ascenseur des Thermes. Dans le même temps, les Thermes sont rénovés, les activités se diversifient, l'offre de restauration et d'hébergement se renouvellent.

Groupe Altimax 

BENCHMARK

	Nombre Habitants	Altitude Station	Altitude Maxi	Domaine Alpin	Domaine VTT	Autres activités points forts		
Saint-Gervais Mont-Blanc (Evasion Mont-Blanc)	5 800	850 m	2487 m	55 km (400 km)	14 itinéraires	Thermes - Ascenseur V Ascension Mont-Blanc	101 K	38,2 K
Chamonix Mont-Blanc (Mont-Blanc Natural Resort)	8 900	1035 m	3275 m	120 km (1000 km)	24 itinéraires	Ascension Mont-Blanc, UTMB	234 K	220 K
Les Contamines-Montjoie (Evasion Mont-Blanc)	1 196	1164 m	2487 m (2487 m)	120 km (400 km)	6 itinéraires 46 km	Plan d'eau	52 K	26,9
Megève (Evasion Mont-Blanc)	3210	1113 m	2487 m (2487 m)	260 km (400 km)	14 itinéraires	Golf - Complexe Sportif	180 K	80 K
Cortina d'Ampezzo (Dolomiti Superski)	5 900	1224 m	3244 m	120 km (1 200 km)	41 itinéraires	Cyclisme - JO 2026 Réseau skibus	Ø	75,3 K
Saint Anton (Autriche) Ski Arlberg	2415	1304 m	2811 m	300 km	13 itinéraires	Randonnée - Escalade - Parapente	221 K	100 K
Zermatt (Suisse)	5800	1620 m	4563 m	360 km	85 itinéraires	Randonnée - Escalade - Alpinisme	286 K	359 K
Val d'Isère Tignes Val d'Isère	1700	1850 m	2815 m	300 km	70 itinéraires	Patinoire - Parapente	184 K	148 K

Groupe Altimax 

(module de recueil d'informations)



Plateforme de marque Saint-Gervais Mont-Blanc

La destination Saint-Gervais Mont-Blanc a beaucoup évolué ces dernières années et l'Office de Tourisme a engagé un travail de positionnement avec l'Agence Altimax.

Vos réponses nous permettront de connaître votre perception et d'enrichir cette analyse.

Ce questionnaire en ligne est envoyé à tous les socioprofessionnels et acteurs de la Destination. Il permet de recueillir vos avis spontanés et vous prendra moins de 10 mn. Merci de votre participation !

pbrunet@altimax.com [Changer de compte](#)



*** Indique une question obligatoire**

Adresse e-mail *

Votre adresse e-mail

A quelle catégorie professionnelle appartenez-vous ? *

☐ Hébergeur / Restaurateur

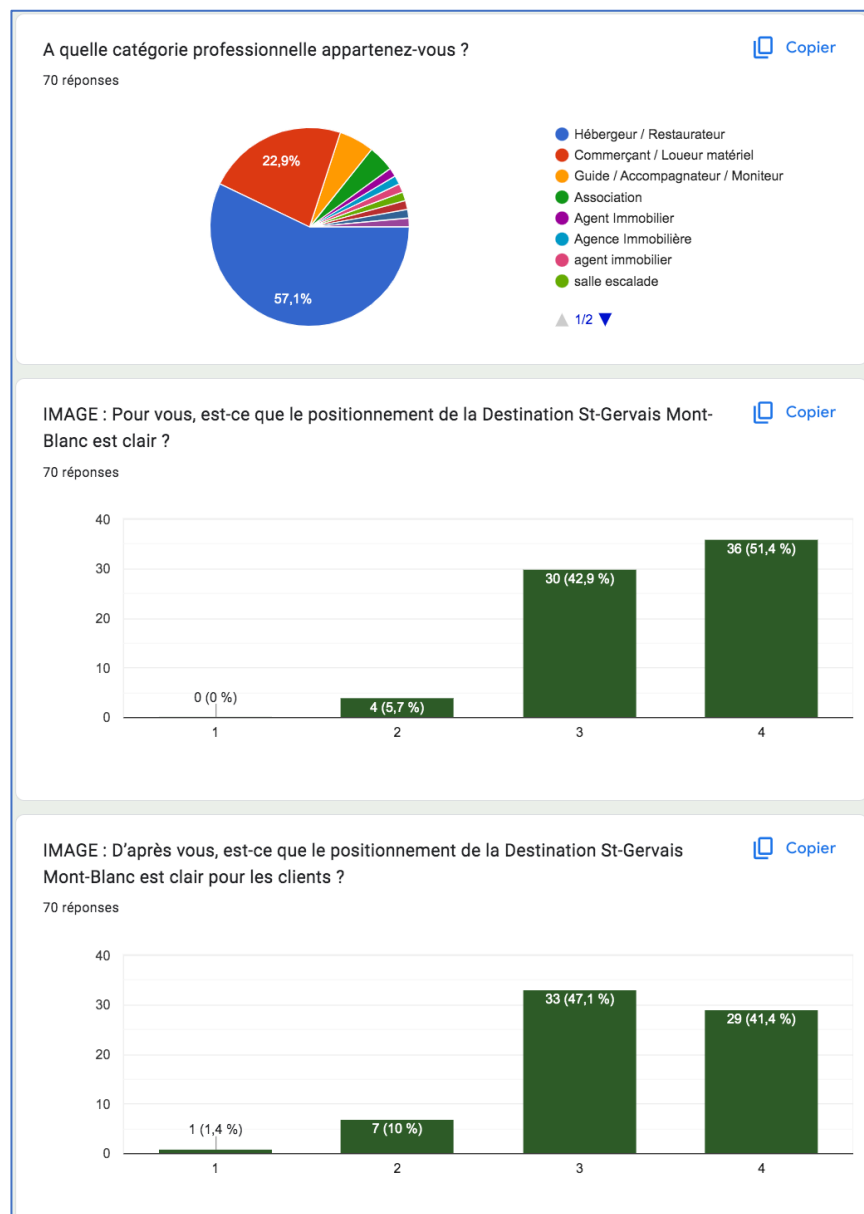
☐ Commerçant / Loueur matériel

☐ Guide / Accompagnateur / Moniteur

☐ Association

☐ Autre :

(module de recueil d'informations)



(module de recueil d'informations)