

De : Cathy - Valloire Réservation [<mailto:cathy@valloire.com>]
Envoyé : mardi 19 décembre 2017 14:08
À : resa@valloire.com
Objet : Information aux adhérents

Cher adhérent,

Vous avez sans doute été informé des élections municipales anticipées qui vont avoir lieu à Valloire le 07 janvier prochain.

VR : Valloire Réservations n'a jamais pris part et ne prendra jamais part au débat politique. **(RPV : mais le fait quand même !)**

Cependant, le sujet de la commercialisation étant au centre de ce débat et l'avenir de Valloire Réservations étant en jeu, il nous semble important de vous apporter certaines précisions.

RPV : Depuis la création de la Centrale de Réservation en 1997, tant l'environnement numérique de nos stations que l'environnement propre à Valloire ont évolué, notamment par le développement d'initiatives privées de loueurs qui ont choisi de se commercialiser au travers de divers canaux de distribution ou d'autres associations (Ex. ATou Valloire), comme pour d'autres de rester indépendant. Malheureusement, la centrale de réservation, aveugle à cette évolution prône le statu quo, au regard des avantages qu'elle en tire au détriment des non-adhérents et plus globalement de l'intérêt général...

Dans le projet d'organisation proposé par le maire actuel, la stratégie commerciale de la commune de Valloire est portée par une entreprise de droit privé (SAS Centrale de réservation). Avec le site "valloire.com" qu'elle s'est attribué et la quasi-exclusivité de la commercialisation de la station, cette entreprise et ses actionnaires se constituent un véritable « fonds de commerce » au détriment de la collectivité et des autres producteurs touristiques. Ce véritable transfert de compétence de l'institutionnel vers une entreprise privée unique ne peut être compris par les autres acteurs touristiques et dangereux pour l'avenir car nul ne sait si, un jour, cette entreprise ne cèdera pas son fonds de commerce et donc celui de Valloire, avec les conséquences que nous pouvons imaginer...

De plus, rappelons, une nouvelle fois que notre logique commerciale n'est pas de fermer la centrale de réservation qui restera un partenaire incontournable, mais de la considérer comme un acteur touristique au même titre que les autres entreprises touristiques du territoire. Valloire Réservation profitera, au même titre que les autres loueurs de l'évolution de notre nouvelle organisation marketing et commerciale

VR : Nous devons vous alerter concernant le projet de place de marché gérée par l'office de tourisme qui met en péril l'existence de Valloire Réservations.

Il n'est pas sérieusement envisageable, à l'échelle de Valloire, de faire cohabiter deux outils de commercialisation du territoire qui vont forcément se concurrencer et surtout apporter une grande confusion dans l'esprit de nos clients !

Nous ne comprenons pas non plus quel est l'intérêt pour Valloire de développer, aux frais du contribuable Valloirain (loueur ou non), un second outil de commercialisation.

Est-ce à la commune de financer l'outil de vente des hébergements et services touristiques de la station alors que l'efficacité de Valloire Réservations n'est pas remise en cause ? (études réalisées par Comète puis G2A à la demande de la commune).

RPV : Comment oser parler de « confusion », au sujet de l'existence de 2 places de marchés, quand Valloire Réservation a repris l'adresse « valloire.com » qui vient en concurrence frontale avec le site de « valloire.net », site internet officiel de Valloire où l'ensemble des acteurs économiques sont référencés et sachant que depuis 1997, le site « valloire.com » était redirigé sur « valloire.net »...

M. MAGNIN nous annonce encore une fois, la probable fin de la centrale de réservation si une place de marché venait à être créée sur l'OT. Quels sont les faits qui amènent de telles certitudes... est-ce la crainte de moins louer ses propres appartements ?

Les faits que l'on constate depuis 2 ans suite à l'apparition de la place de marché de Valloire Direct sont tout l'inverse. Valloire Réservation annonce « qu'ils vont très bien » et Valloire Direct également....

De plus, « ...**considérer que l'apparition d'un concurrent met en péril son activité, revient à avouer que sa pérennité ne repose que sur son monopole** » (citation d'un adhérent de Valloire Réservation). Nous vous laissons seul juge du sérieux des propos de M. MAGNIN...

Plus sérieusement, il est tout à fait légitime que M. MAGNIN défende et travaille pour que son entreprise se développe et prospère. Mais nos responsabilités politiques doivent nous faire dépasser ces intérêts personnels. Il faut un outil fédérant l'ensemble de l'offre Valloire (*professionnels et particuliers*). Cela ne peut être réalisé que par une structure désintéressée.

M. MAGNIN annonce fièrement une augmentation de leur fréquentation. C'est parfait pour Valloire Réservation. Mais en tant que commune, nous ne pouvons pas nous satisfaire de la situation, sachant que Valloire Réservation représente moins de 15% des nuitées de la Valloire et que les chiffres de Valloire sont en baisse importante notamment dans les agences immobilières (-4,9%).

Au final, nous voyons bien l'intérêt mercantile de M. MAGNIN. En serait-il de même pour le directeur de Valloire Réservation qui a pris, au sein de la SEM, des responsabilités marketing... alors que le discours affiché par le maire est que le marketing est du ressort de l'OT. Monsieur Magnin, s'il vous plait, arrêtez de vous moquer des Valloirins !

Comment imaginer que deux outils de commercialisation ne peuvent pas cohabiter. **C'est déjà le cas avec Valloire-Réservation et Valloire Direct**, auxquels s'est ajoutée récemment, la **place de marché développée par l'ESF**... Et pourtant, tant Valloire Réservation que Valloire Direct ont fait progresser leur chiffre d'affaires...

C'est justement pour permettre la cohabitation de ce genre d'initiatives que l'OT se doit de rassembler afin d'éviter les concurrences internes malsaines. **Un outil « chapeau » de place de marché regroupant l'ensemble de ces initiatives est un projet réaliste et murement réfléchi de longue date.**

Autre éventuelle motivation de M. MAGNIN en sa qualité de Président. :

Jusqu'alors, la SEM finançait à hauteur de 120 000 € le budget marketing « actions station » géré par l'Office de Tourisme.

Il est très vraisemblable que cette somme sera réduite dans le but de financer le site « poussant » exclusivement les offres de Valloire Réservation – SEM, au détriment de l'ensemble des autres offres de Valloire...

Au vu de tous ces éléments, il est donc indispensable et prioritaire que l'Office du Tourisme retrouve sa place de leader dans l'animation, la coordination et l'organisation Marketing et Commerciale du Tourisme à Valloire, au service de tous les acteurs économiques de la station.

Les compétences en interne et les projets de développement, couplés à une plus grande attractivité de la station en termes d'équipements et d'événements, doivent nous permettre de retrouver notre place dans l'échelle des stations...

Cette nouvelle dynamique se fera avec l'adhésion de l'ensemble des acteurs de la station. Il nous faudra donc fédérer et rassurer, notamment **la Centrale de Réservations qui, nous le répétons, restera un partenaire incontournable et essentiel**, tout en ouvrant les actions marketing et commerciales à l'ensemble des regroupements de loueurs, comme des loueurs indépendants et de tous les autres prestataires...

Notre proposition d'organisation prendra en compte et respectera les attentes et les besoins de chaque propriétaire, adhérent ou non-adhérent à Valloire Réservations.
Un des objectifs essentiels de l'Office du Tourisme étant d'agir pour favoriser la fréquentation du plus grand nombre de lits, quels qu'ils soient...

Au sujet du financement de l'outil : nous considérons cette somme relativement modeste au regard du service apporté, comme un investissement au service de l'intérêt général, au même titre que le seraient d'autres investissements communaux. Ce sera effectivement un service gratuit qui mettra en relation le client avec le loueur ou son représentant (Centrale de réservation, agence immobilière, loueur particulier ou prestataire autre).

Contrairement à ce qu'affirme M. ROUGEAUX, il n'a jamais été question d'imposer telle ou telle « place de marché » dans notre organisation. Il est, en outre, très réducteur et c'est un signe de méconnaissance du sujet, de penser que seul un outil de « place de marché » résoudra les problèmes commerciaux de notre station. C'est une organisation marketing et commerciale plus complexe et cohérente menée par l'Office de Tourisme, associée à une plus grande attractivité de la station (*investissements structurants*) qui nous aideront à relancer notre fréquentation.

QUE PERMETTRA CETTE ORGANISATION

- *Valloire sera aux commandes de sa destination en termes de communication et commercialisation. Les élus seront les pilotes de l'avion.*
- *L'OT (Office du Tourisme) sera l'interlocuteur (numérique) incontournable de la destination, ce qui induira et permettra les actions suivantes :*
 - *Mise en place d'actions de communication/commerciales qui amèneront toutes vers un même site internet évitant ainsi la dispersion de la clientèle et permettant également d'être mieux référencé sur les moteurs de recherche (google...)*
 - *Constitution d'un fichier client qualifié (composition famille, centre d'intérêt...) et centralisé :*
 - *Donnera la possibilité d'actions ciblées, individualisées.*
 - *Possibilité de création d'un « club d'ambassadeurs » favorisant la fidélisation et le bouche à oreille*
 - *Connaissance de la date d'arrivée et de départ des clients :*
 - *Relation client avant, pendant et après séjour,...*
- *L'OT sera en mesure de répondre en temps réel aux demandes faites par mail ou par téléphone. L'OT étant l'outil d'informations et d'orientations, le plus disponible sur Valloire.*
 - *Cela permettra au client de louer son hébergement (professionnel ou particulier) et d'ajouter d'autres prestations à son panier (forfaits remontées mécaniques, locations de matériel, cours de ski,...)*
 - *Profitera à l'ensemble des acteurs économiques de Valloire, y compris Valloire-réservation, le trafic généré sur le site de l'OT, soit plus de 600 000 visiteurs uniques par an.*
 - *Cohérence du message (Marque « Valloire ») pour plus de performance et de lisibilité pour notre clientèle.*

QUE PERMET TECHNIQUEMENT CETTE PLACE DE MARCHÉ

- *Elle présentera l'ensemble de l'offre « Valloire » aux clients et prospects (potentiels clients)*
- *Elle permettra de vendre des « tout compris » (ventes additionnelles)*
- *Pour les prestataires non équipés : un module de gestion (planning, stock,...) et de vente sera fourni à tous les partenaires. Ce module sera également opérationnel sur leur propre site internet.*
- *Pour les prestataires déjà équipés d'une solution : synchronisation des différents modules de ventes.*

VR : Valloire Réservations est la plus grosse centrale de réservation (ou place de marché) de l'ensemble des stations françaises avec un volume d'affaires record de 4,5 millions d'euros cette année.

Pour mémoire, Valloire est en 27^{ème} position des stations françaises. (**RPV** : en 3 ans de mandat, nous avons effectivement perdu 4 places dans le classement Montagne Leader...)

Est-il raisonnable de mettre en péril cet outil au service de tous alors qu'aucune place de marché dans aucune station, même beaucoup plus grande, n'a jamais pu afficher de tels résultats ?

RPV : Si la performance de la Centrale est réelle, il n'est pas question d'envisager que celle-ci ne perdure pas. N'oublions pas, pour autant le financement, chaque année, de certaines actions marketing financées par l'Office du Tourisme, au profit exclusif de Valloire Réservation qui concourent également à cette performance (détails en fin de ce courrier)...

Pour autant jusqu'à présent, ces actions ne bénéficiaient qu'à Valloire Réservation, dans la mesure où notre organisation numérique ne nous permettait pas de faire bénéficier l'ensemble des hébergeurs de celles-ci. Comme vous le savez, aucune offre ne centralise aujourd'hui, l'ensemble des hébergements disponibles dans la station...

Ce ne sera plus le cas dans l'organisation que nous proposons. L'ensemble des hébergeurs doit bénéficier de cette organisation qu'il soit ou non adhérent à Valloire Réservation. C'est le rôle statutaire de l'Office du Tourisme et sa définition dans le code du Tourisme...

VR : A ce jour, nous affichons pour l'hiver à venir une progression de 4% de nos réservations alors que le remplissage de la station est en recul de 4,6%.

RPV : N'oublions pas la disparition de 150 lits de l'UCPA (*fermeture pour rénovation et agrandissement*) qui pèse pour environ 2,6% dans cette baisse ainsi que les sorties de baux des résidences de tourisme. Pour info, les autres « stations de charme », affichent un recul bien moindre : 0,7% (*derniers chiffres de G2A*)

Pour info, le site « valloire-direct » équipé également d'une place de marché, affiche également une progression notable. Chiffre d'affaires 2016 : 180 000 € (lancement en septembre 2016) – 2017 (en cours) : plus de 330 000 € (soit +45%) avec moins d'adhérents, une visibilité nettement inférieure à celle de Valloire Réservation ainsi que le refus du PDG de la SEM de leur permettre la vente en ligne de forfaits.

La création récente d'une seconde « place de marché » n'a donc nuit en rien aux performances de Valloire Réservation...

Si les performances de Valloire Réservation et de Valloire Direct sont incontestées, la perte de près de 20% des nuitées de Valloire depuis 2010, nécessite une réaction.

Cela mérite donc, que nous nous remettions en question très rapidement et qu'une nouvelle organisation marketing et commerciale au service de tous les loueurs soit mise en œuvre au plus vite.

Pour info, la station de Val Cenis affiche une progression de fréquentation de +5,5% par rapport à 2016.

Sa centrale de réservation est attachée à l'Office du Tourisme... et ce ne sont pas que les nouveaux lits

(progression des lits-station de 2013 à 2017 = 103,3) qui explique cette progression mais la performance commerciale de « particulier à particulier » (CtoC) et le « réchauffage » des lits froids :

progression du nombre de nuitées-station de 2013 à 2017 = 108,2...

VR : Dans ce contexte particulier, pour imposer leur point de vue, certains s'acharnent à asséner des informations tronquées ou des contre-vérités nous concernant avec une constance et une force effrayantes.

Il est de notre devoir de rétablir la vérité et vous trouverez en pièce jointe un courrier détaillant nos statuts, notre financement, notre fonctionnement ainsi que d'autres éléments.

RPV : Nous ne nous demandons pas qui diffuse des informations tronquées et de fausses vérités pour préserver son hégémonie sur Valloire...

Il est aisé d'affirmer que de fausses informations sont diffusées sans que celles-ci ne soient détaillées... Soyez rassurés au sujet des informations que la liste « Réunis Pour Valloire » vous a diffusées ; celles-ci sont fiables et vérifiées auprès de professionnels. Nous ne nous serions jamais permis d'avancer en terrain mouvant sans avoir vérifié la crédibilité de nos propos...

Enfin, alors que l'OT est en mesure d'assurer cette mission fédératrice au service de tous, il nous semble totalement inadapté de confier le rôle d'administrateur des ventes de Valloire, à une entreprise du secteur privé, avant tout et c'est légitime, au service de ses adhérents et dans le même temps, « concurrente » des autres hébergeurs...

Les avantages dont bénéficiait jusqu'alors Valloire Réservation ne sont pas anodins.

A ce sujet, à titre d'exemple :

- **pour l'année 2016, les actions financées par l'OT et la SEM au profit exclusif de VR s'élèvent à un montant de 53 000 € (pour un financement VR de 22 000 €) :** (*retargeting, partenariats Skiinfo, Travel Ski, Plans d'Actions Commerciales France Montagne, workshops et salons,...*), auxquelles s'ajoute le chiffre d'affaires réalisé par le biais de ces actions.

S'ajoute à cette somme :

- **les 15 000 € versés par la SEM pour financer le partenariat avec Valloire Réservation** (*financement du poste de Thierry DURANT en charge du marketing dont le bénéfice pour la SEM reste à prouver : baisse de 29% des programmations TO en 2016 sur Valloire...*),
- ainsi que **la marge nette de Valloire Réservations sur les remontées mécaniques et accessoirement quelques autres prestataires** (*hors commissions sur les locations de meublés*) **qui dépasse les 98 500 € en 2016** et qui, pour partie, peut être assimilé à un manque à gagner pour la SEM qui accorde jusqu'à 35% de remise sur les forfaits à Valloire Réservation.
TOTAL : 53 000 € - 22 000 € + 15 000 € + 98 500 € = 144 500 €.
- Enfin, nous n'avons que peu d'information au sujet du financement du site commun SEM et Valloire Réservation...

Et pour mémoire, malgré une performance certaine et incontestée, la Centrale qui s'auto-félicite de posséder en portefeuille « 85% des lits de la station (70% des meublés classés, 100% des hôtels, 100% des agences immobilières, 100% des RT ainsi que plusieurs villages-vacances)... », ne représente, selon les années (données G2A), que de 9 à 15% des nuitées-station et moins de 5% du chiffre d'affaires de la SEMVALLOIRE...

Enfin, Valloire Réservation met en avant l'ouverture de son outil de vente, aux non-adhérents en proposant un service de visibilité sur son site, sans service de vente en ligne.

Sachez que cette proposition payante représente un net recul pour bon nombre de loueurs qui sont déjà équipés d'un outil de vente en ligne...

Bien cordialement,

Le Président – Paul-André Magnin