

Ośrodek narciarski od początku - optymalna wielkość stacji narciarskiej i jej położenie.

Wykład porównawczy Francja - Polska.

Ski resort from scratch - optimal size of ski resorts and its location.
Comparative lecture France - Poland.

-> Histoires des stations de ski en France
et processus de création de nouvelles destinations

Après la Guerre, l' Etat français :

- favorise la pratique sportive
- ouvre la montagne à la jeunesse

Pour cela, il finance :

- les routes d'accès,
- l'achat et la viabilisation des terrains,
- l'aménagement des pistes
- la construction des remontées mécaniques,

Courchevel 1850 (1947)
Tignes-le-Lac (1952),
Chamrousse (1952-1959),
Vars-les-Claux et Merlette (1962)



Courchevel ↘ 1947



COURCHEVEL
SAVOIE - FRANCE



Avoriaz ↘ 1966



Flaine 1968



Les Arcs ↘ 1970



1968 : Arcs 1600
1974 : Arcs 1800
1979 : Arcs 2000
2003 : Arcs 1950



Nos pionniers ↘ Patrimoine !



Montbrun-le-Château & Val de Joux (Puy-de-Dôme, France)



© Machatschek



En 100 ans... ↘ Une industrie, une économie



Caractéristiques des stations françaises...

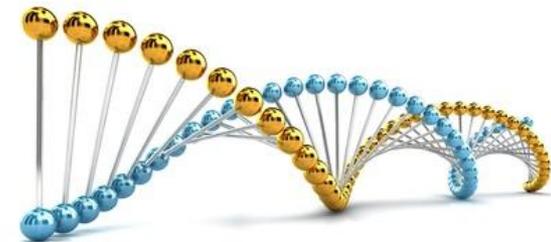


Exclusives
Identitaires
Sportives
Démonstratives
Professionnelles
Industrielles
Laboratoires

...



Service
Proximité
Client
Renouvellement



L'Ingenierie Touristique

1. Introduction



1. Introduction ↘ L'Ingenierie Touristique

Les raisons d'un projet de programmation touristique du territoire :

- Ancrage d'une marque et identité de destination
- Diversification des économies
- Ancrage d'une économie sur son territoire
- Valorisation du Patrimoine
- Dynamisme économique et préservation/création d'emplois
- Création de valeurs politiques, économiques, sociales, environnementales
- Valorisation et Entretien du patrimoine et des espaces
- Ouverture aux flux internationaux de visiteurs
-



1. Introduction ↘ L'Ingenierie Touristique

Un cabinet d'Ingenierie Touristique est votre **partenaire** qui vous **conseillera** dans :

- ✓ La **stratégie** de la programmation **d'aménagement** de vos territoires,
- ✓ La création **d'identité** des destinations,
- ✓ Les **usages** des espaces,
- ✓ La caractérisation des **activités** de loisirs et des **infrastructures d'accueil**,
- ✓ L'élaboration des **modèles économiques**,



1. Introduction

↳ Notre positionnement



Des *compétences fondatrices*

- **Le positionnement stratégique**
- *Définition de schémas directeurs d'aménagement*
- *Prescriptions et impacts sociaux, économiques et environnementaux*
- *Conduite des opérations*
- *Conseils et formation*



1. Introduction

↳ Notre positionnement



WORLD TOURISM ORGANIZATION
ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
منظمة السياحة العالمية
Membre Affilié



Des *compétences fondatrices*

- *Le positionnement stratégique*
- **Définition de schémas directeurs d'aménagement**
- *Prescriptions et impacts sociaux, économiques et environnementaux*
- *Conduite des opérations*
- *Conseils et formation*



1. Introduction

↳ Notre positionnement



Des *compétences fondatrices*

- *Le positionnement stratégique*
- *Définition de schémas directeurs d'aménagement*
- **Prescriptions et impacts sociaux, économiques et environnementaux**

- *Conduite des opérations*

- *Conseil et formation*



1. Introduction

↳ Notre positionnement



WORLD TOURISM ORGANIZATION
ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
منظمة السياحة العالمية
Membre Affilié



Des *compétences fondatrices*

- *Le positionnement stratégique*
- *Définition de schémas directeurs d'aménagement*
- *Prescriptions et impacts sociaux, économiques et environnementaux*
- **Conduite des opérations**
- *Conseils et formation*



1. Introduction

↳ Notre positionnement



Des *compétences fondatrices*

- *Le positionnement stratégique*
- *Définition de schémas directeurs d'aménagement*
- *Prescriptions et impacts sociaux, économiques et environnementaux*
- *Conduite des opérations*
- **Conseils et formation**

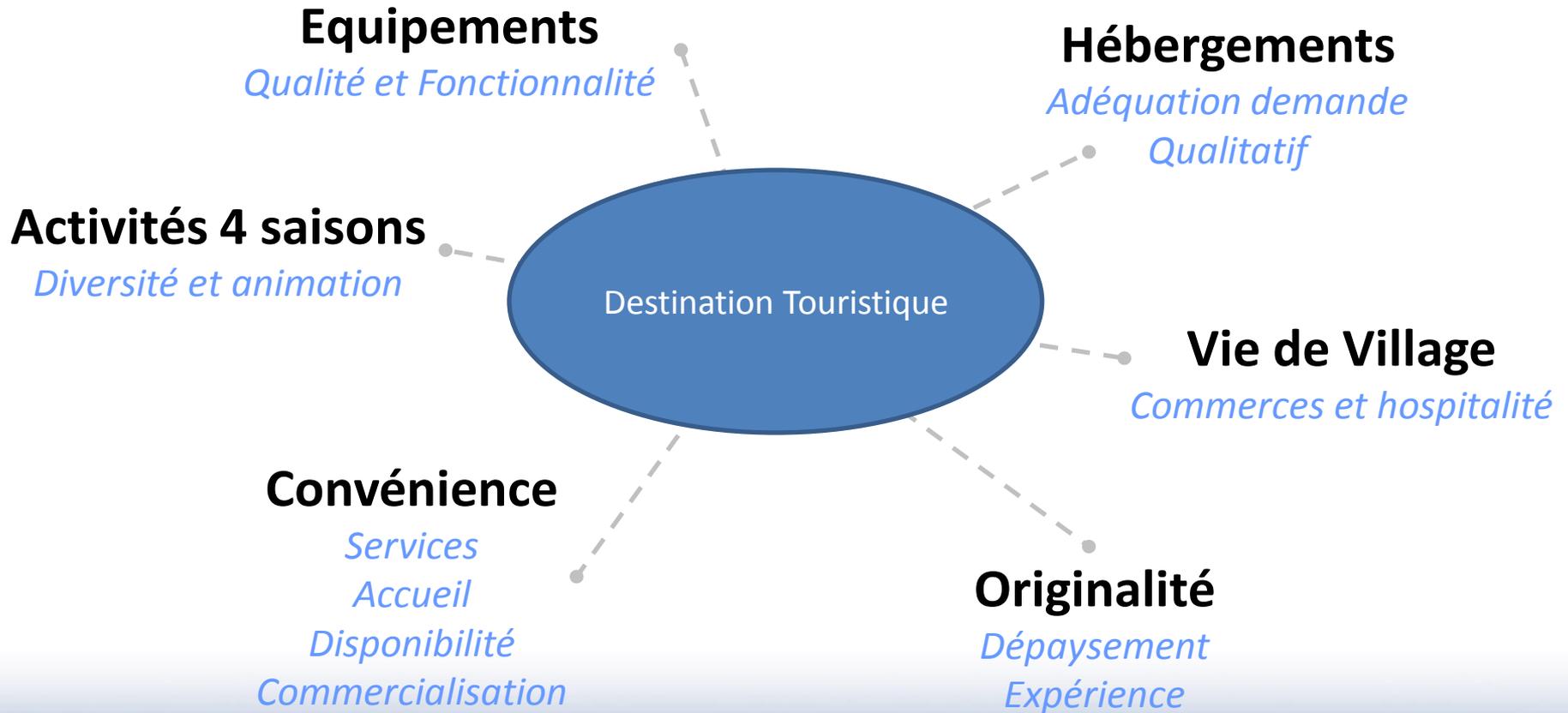


2. Cadre de la démarche



2. Démarche ↳ Notre conception d'une Destination

½ - Les critères structurants



2/2 - Les facteurs environnants

Valorisation investissements

Stations de vacances distinctives en séjour

Stratégie de développement pour les investisseurs

Dynamisme de la destination => Performance du ROI

Valorisation caution politique

Volonté politique de développement touristique

Dynamisation de l'économie de la province

Création d'emplois pour exploitation et maintenance

Destination Touristique

Valorisation de la soutenabilité

Economique (rationalisation)

Patrimoine (adéquation)

Energétique (optimisation)

Ressource en eau (préservation)

Déchets (consommation)

Infrastructures (destination)

Exploitation (industrialisation)

Paysages (composition)

Espaces sensibles (conservation)

Risques Naturels (intégration)

Valorisation impact social et culturel

Respect de l'identité des territoires

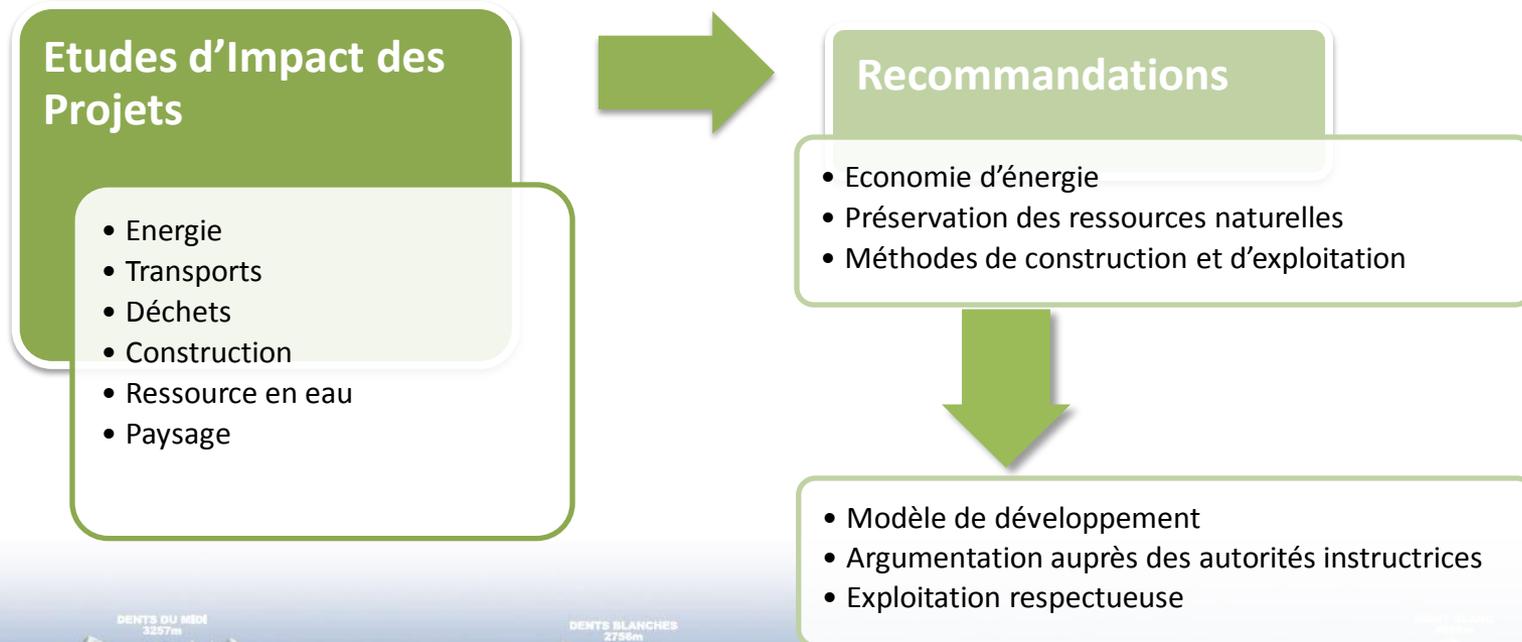
Mise en valeur des atouts géographiques

Révélation de l'histoire et de la culture du lieu



La soutenabilité du développement devra être une question continue de votre projet.

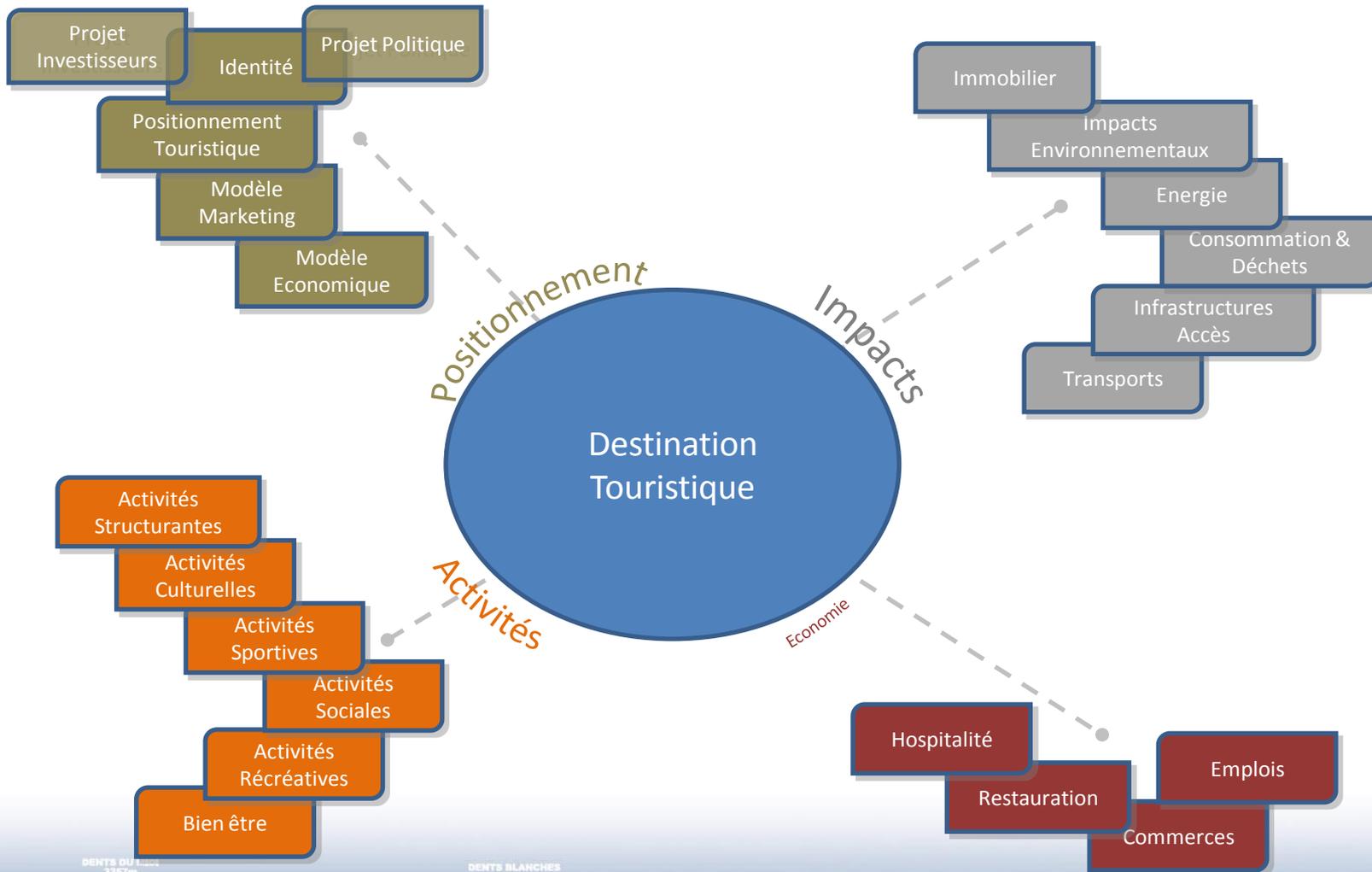
-> un développement conséquent avec des impacts forts



3. Méthodologie



3. Méthodologie



3. Méthodologie

↳ Intégration modèle stratégique



Activités Hiver



Activité hors neige et récréatives



Hospitalité, Bien-être ...des concepts !



Tourisme d'Affaire



Urbanisme et Hébergement

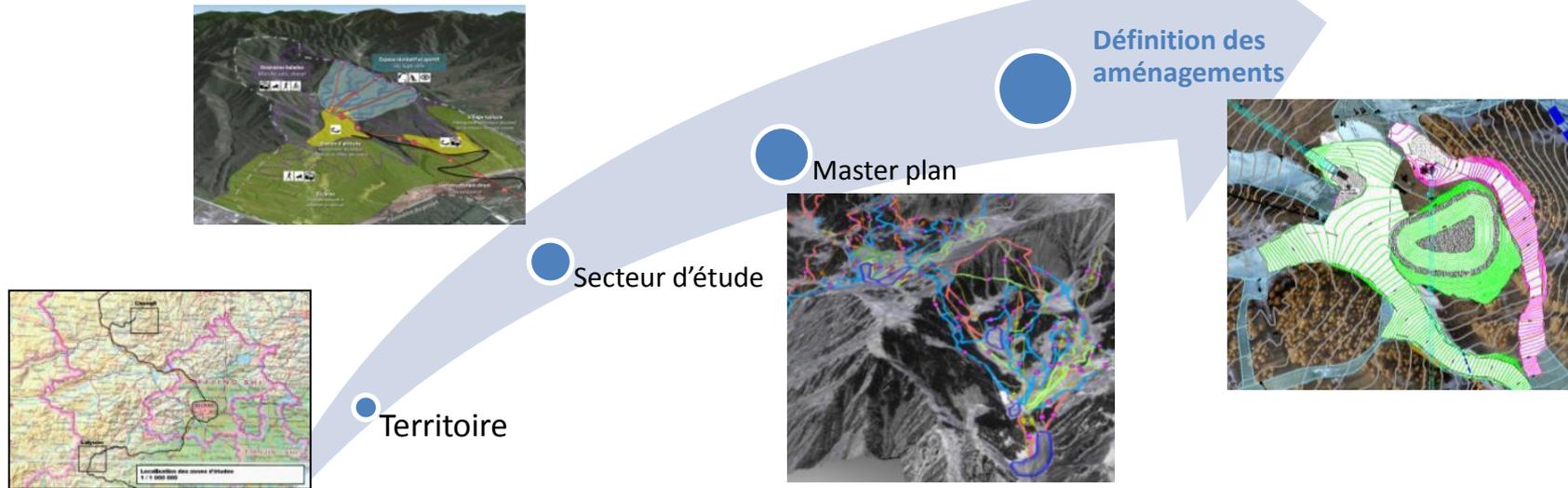


3. Méthodologie

↳ Echelle d'action

Du macro au micro

- Intervention **multi-échelle** : du territoire à l'aménagement précis des zones
- Degré de **précision** croissant à l'avancement du projet



Phase 1: Collecte des données d'entrée

- Analyse des données topographiques afin d'adapter les différentes activités
- Analyse du bassin de population de la clientèle
- Analyse des ressources clientèles afin de calculer les retombées économiques
- Analyse des ressources naturelles en vue de les exploiter (eau, vent, rocher, sols...)
- Analyse des pratiques et attentes de la clientèle
- Analyse d'éventuelles enquêtes déjà effectuées

Moyens utilisés:

- fond topographique
- matériel informatique
- logiciels de dessin
- Logiciels de terrassement
- GPS
- Données fournies par le client
- Sur site déplacement à pied et en 4x4



■ Phase 2: Propositions de programmation

- Identifier les secteurs exploitables sur un plan cartographique
- En fonction des caractéristiques du relief définir les activités adéquates
- Dimensionner les activités
- Déterminer les coûts d'investissement, d'exploitation, d'entretien et de maintenance
- Déterminer les besoins en Ressources Humaines et matérielles
- Illustration des activités 4 saisons proposées
- Illustration du programme urbanistique
- Illustration programme de mobilité

Type de rendu :

- *Report écrit*
- *Présentation PowerPoint*
- *Plan masse*
- *Insertions paysagères*



4. Méthodologie ↳ Détail de nos missions

Phase 3: Choix des activités retenues et réalisation du Master Plan

- Choix des activités retenues
- Analyse du coût d'investissement des activités retenues
- Exigences des activités retenues
- Approche économique des retombées envisageables
- Illustration sur un plan masse des implantations
- Illustration du site en 3D
- Recommandation marketing et promotionnelle
- Réflexion sur opportunités de développement urbain

Type de rendu :

- Rapport final
- Présentation PowerPoint
- Plan masse
- Insertions paysagères
- Vues 3D





Depuis l'espace Sauna on peut rejoindre par un escalier en bois la zone de **Soins massagers** de l'étage supérieur. Un espace **Bar Lounge** lui est également dédié permettant un moment de détente autour d'un ercas « exotico-alpêtre » typiquement Genevéromontain du XXI^e siècle.

Les bassins extérieurs sont positionnés suivant un axe Nord Est - Sud/Ouest mettant en perspective le rectangle d'eau extérieur et le paysage vu depuis les bassins intérieurs. Le bassin est appuyé à l'Ouest sur un Mur de gabions interdisant le cheminement le long de la terrasse de l'espace Sauna, qui conserve ainsi toute son intimité. Orienté suivant les vents dominants, le bassin ne serait pas encombré par des déchets végétaux coincés dans les lignes.

La terrasse et les plages extérieures protégées par la terrasse supérieure et les bâtiments au Nord, surplomberaient la Durance et ses rives boisées au Sud et dominent la Vallée à l'Ouest. Le concert des oiseaux, du vent dans les branches et du torrent en contrebas associé au paysage majestueux du Janus et de la vallée constitueront pour ce bassin d'eau un cadre grandiose.



VISION D'UN CENTRE

COMPOSANTS DE

rs et mobilier



Les choix de couleurs, rythmes, l'espace, sont accueillants. Les choix sont faits en adéquation avec l'aménagement global.

La banque d'accueil est un élément important. Outre sa fonctionnalité elle offre des indications sur le soin apporté au traitement des espaces, à la volonté d'innovation, à la qualité générale de l'accueil du public.

- **Œuvres d'art, sur le thème eau, air, lumière.** Pour nous un composant à part entière du concept global. La présence d'art dans certains espaces choisis (bar, restaurant, accueil, espace VIP) est un gage de qualité et renforce la cohérence du projet. Elle donne l'impression, justifiée, que le Maître d'Ouvrage est allé jusqu'au bout de son projet.

L'œuvre d'art (peinture, photographie, voire sculpture, vidéo ...) par la forte présence permet de faire des économies financières sur l'aménagement, ce qui permet de décaler le budget nécessaire à son acquisition.



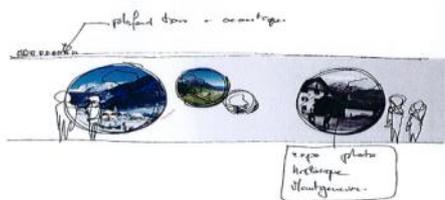
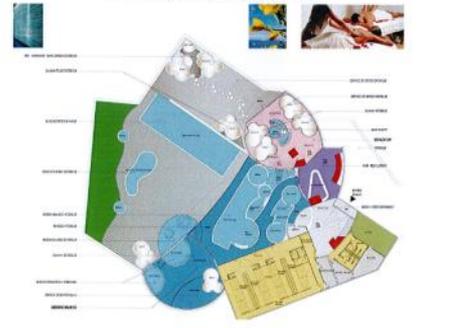
COMMUNE DE VAUJANY PERSPECTIVE D'UN PÔLE SPORTS LOISIRS



COMMUNE DE VAUJANY PERSPECTIVES

Le hall l'ensemble des flux. Organisé autour d'un ascenseur et d'un escalier monumental en bois, il fédère l'ensemble des activités et permet au visiteur de percevoir rapidement l'étendue des activités proposées par le centre. Une banque d'accueil dessinée pour le centre et le « Pro Shop », constituent la vitrine indispensable pour déployer le marketing visuel du centre.

- Au rez-de-chaussée, le visiteur trouve :
- l'ensemble des activités aquatiques intérieure et extérieure : espace détente, détente VIP et la zone de bains balnéo-ludiques.
 - l'espace Pro Shop qui décline la ligne Montagnère
 - Le Bar Lounge est accessible depuis l'espace Sauna Bien être, le Bar des baigneurs accessible depuis les bassins balnéo intérieurs et le Bar Durancien avec sa terrasse extérieure dominant sur la façade Ouest. Cette terrasse par son occupation met en scène le public, devant le bâtiment et crée un appel en attirant le parvis accessible depuis la RN 94.



Creating a world class mountain resort

- Over € 800 M of investment, Rila is one of the major projects in Europe in the 2010s
- Two phases development for rational build out based on market dynamics
- With an expected € 200 M of turnover, compares to international resorts
- 20,000 beds generating 230,000 foreign tourist stays annually
- 6,500 long term jobs :
 - 150 jobs in food and agriculture
 - 140 jobs in maintenance and subcontracting

ECONOMIC AND SOCIAL IMPACT STUDY F

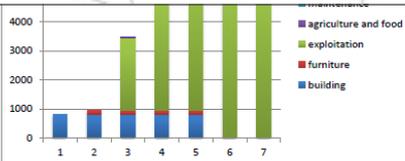
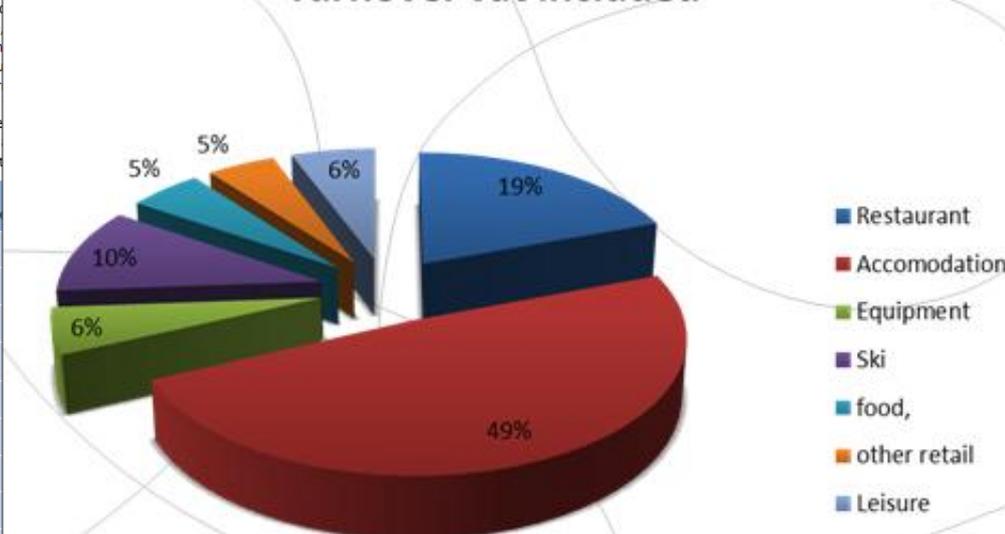
5.2.3 AGRICULTURE AND FOOD INDUSTRY IMPACT

The high altitude and mountainous climate o intensive agriculture. The conditions are suit forage crops, some fruit trees and natural meadows. Agricul kilometres; around 40 % of them are arable. Potatoes and municipality. Potato production accounts for about 50% of very high proportion of arable land has been abandoned Livestock grown in the region are mainly cattle, pigs, sheep years the number of livestock decreased more than 2.5 tim decreased from 55 000 in 1990 to 14 000 in 2000. The mu 80 companies with agricultural activity. The number of far proportion of them are not registered (60%). About 25% of 10 ha. About 70% of the farmers have farming equipme ineffective. One third of them use animal power. Tourists feature. With 17 000 beds, consumption of the resort might

PRODUCTS	DAILY CONSUMPTION (GR)	TOURIST CONSUMPTION (TOURIST STAYS)
Vegetables	252	513
Potatoes	247	502
Rice and pasta	150	305
Meat (beef, lamb, pork)	279	569
Flour	150	305
Cheese and yogurts	112	229
Milk	184	374
Beer	110	223
Wine	145	296
Eggs	41	84
TOTAL	1 670	3 399



Turnover vat included



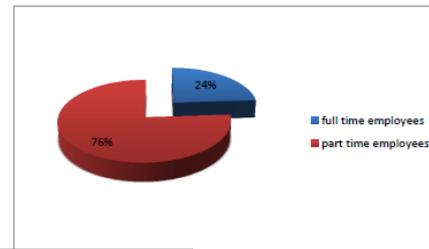
5.2 DIRECT EMPLOYMENT

5.2.1 EMPLOYMENT RELATED TO THE OPERATION

With the three functioning ski resorts, 6 250 employees will benefit from the project.

While we don't have enough data on congress tourism or Thermal activity, we don't forecast a full time employment. That's why at this stage full time employees are only 24%. Part time workers will be under contract for

- 4 months in winter (120 days)
- 3 months in summer



	FULL TIME EMPLOYEES	PART TIME EMPLOYEES
	377	1 633
	420	1 664
	150	360
	40	120
	188	564
	51	115
	10	20
	135	195
	50	60
TOTAL	1 421	4 731

Environmental impact

... of the region, the area chosen offers the best balance between environment and quality of the ski area

... affected of the project zone consumed.

Works operation	Area cleared (ha)			
equipment/type of forest	CONIFEROUS FOREST	DECIDUOUS FOREST	MIXED FOREST	SPARSE FOREST
Slopes	168 ha	0.7 ha	16.4 ha	4.8 ha
Lifts	33.6 ha	0.6 ha	6.2 ha	0.9 ha
Lodging	30 ha			

Lodging buildings	30 ha
Summer activities	50 ha
Roads	95 ha
Total works	856 ha



Lake Tahoe
night time. not bed time.

1800m