

En Auvergne-Rhône-Alpes, du 1^{er} avril au 2 mai 2017, une centaine de manifestations et de temps festifs sportifs et ludiques se dérouleront dans le cadre du projet fédérateur « Jeunes et montagne ». Un collectif regroupant les acteurs majeurs de la montagne et emmené par l'Association nationale des maires des stations de montagne (ANMSM) et Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'est mobilisé pour mettre en place ce dispositif et proclamer que la montagne est la destination touristique par excellence des jeunes.

Grâce à France Montagnes, « Jeunes et montagnes » est associé au Printemps du ski pour mettre en valeur, en partenariat, des offres de séjours spécifiquement proposées aux publics jeunes.

En avril 2017, soixante-dix stations et villages de montagne ainsi que l'ensemble des socioprofessionnels s'inscriront dans cette dynamique collective et proposeront des offres de séjours attractives, des programmes festifs, des découvertes, des expériences et des sensations, afin de démontrer la diversité des activités de loisirs en montagne. Ces destinations accueilleront des enfants et des jeunes, en famille, seuls ou en tribu, en classes de découverte, en colonies de vacances, en stage ou en week-end. Chaque station et village proposant un temps festif pourra présenter, sur un site Internet dédié, une ou plusieurs offres de séjours toutes saisons attractives pour les enfants et les jeunes. Les publics visés sont les 8-12 ans et leurs parents (colonies de vacances, classes de découverte, vacances en famille), les 12-17 ans (camps, séjours pédagogiques, vacances en famille) et les 18-25 ans (séjours de vacances, stages).

Il devient nécessaire d'élargir l'activité sur les ailes de saison, de la conforter sur les mois de janvier et de mars et de la développer sur les vacances de printemps. Grâce à leur activité « 4 saisons », les hébergements collectifs (centres de vacances, auberges de jeunesse, centres d'accueil de séjours sportifs, gîtes de groupes...) sont des partenaires majeurs des destinations et des socioprofessionnels désireux de conquérir les clientèles jeunes et donner le goût de la montagne aux clients de demain.

Le renouvellement générationnel des clientèles est l'un des enjeux prioritaires des territoires de montagne. Les adultes qui n'ont pas goûté, enfants, aux joies de la glisse, manquent souvent des codes nécessaires pour les faire découvrir à leurs enfants, à leurs élèves, à leurs stagiaires ou à leurs administrés.

« Jeunes et montagnes » constitue également l'une des réponses à la baisse du nombre de skieurs constatée depuis cinq ans sur les principaux marchés émetteurs d'Auvergne-Rhône-Alpes (France et Grande-Bretagne pour les plus importants). Communiquer sur l'attractivité des destinations montagne et sur les offres de séjours pertinentes et ludiques proposées aux enfants et aux jeunes devient une priorité, cette attractivité constituant une des réponses au développement des économies locales, au maintien d'activités et de services bénéficiant également aux habitants, ainsi qu'un vecteur de création des emplois et des entreprises de demain.

www.rhonealpes-tourisme.com

Une étude de terrain menée par FlixBus pendant un mois auprès de 454 clients étudiants transitant par Paris-Porte Maillot les week-ends, confirme l'attrait du car comme mode de transport pour rendre visite à leurs proches, notamment en fin de semaine. Au-delà du tarif qui reste le principal critère, c'est la souplesse de réservation et la qualité du service à bord qui séduisent cette clientèle : 88 % d'entre eux réservent entre J-7 et le jour J et 90 % effectuent au maximum deux allers-retours par mois, essentiellement entre leur lieu d'études et leur ville d'origine. FlixBus capte un nombre croissant d'étudiants en provenance du train et du covoiturage.

www.flixbus.fr

AVIS DE MARCHÉS ET DSP

- ADT 71, Destination Saône-et-Loire

Objet du marché : prestations de conseil stratégique en communication, de réalisation de supports et d'actions médias et hors médias dans le cadre du développement de la notoriété de la destination Saône-et-Loire.

Date limite de réception des offres : 27 février 2017.

<https://marches.e-bourgogne.fr>

- ADT Var Tourisme

Objet du marché : conception de la stratégie globale de communication de Var Tourisme.

Date limite de réception des offres : 28 février 2017.

info@vartourisme.org

- Office de Tourisme de Saint-Lary
Objet du marché : communication touristique de la station de Saint-Lary 2017-2020.

Date limite de réception des offres : 2 mars 2017.

<https://www.mairie-saint-lary.fr/marches>

- SPL Destination Ile de Ré

Objet du marché : refonte, maintenance et hébergement des deux sites Internet de la société publique locale Destination Ile de Ré : iledere.com et locations-ile-re.com.

Date limite de réception des offres : 2 mars 2017.

<https://www.achatpublic.com>

- Agence Régionale Pays de la Loire
Objet du marché : prestation de mise à disposition d'une plateforme de gestion de place de marché pour l'offre touristique en Pays de la Loire.

Date limite de réception des offres : 3 mars 2017.

h.perraud@agence-paysdelaloire.fr