



La Clusaz
Haute Savoie - France

SOCIÉTÉ DE GESTION DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES DE LA CLUSAZ

2024 - 2025

Rapport d'activités

Office de Tourisme | Hameau des Alpes

ÉDITO

Sans histoire pas d'avenir ! Ce slogan est né de nos ateliers stratégiques réalisés avec les élus, les équipes, les acteurs du tourisme et les jeunes de La Clusaz.

A l'origine :

Isolée jusqu'au début du XXIème siècle avec la mono-activité de l'agriculture, l'ouverture de la route du col des Aravis au début des années 1900 a permis d'écrire la première page d'une nouvelle activité à La Clusaz : le tourisme. Le tourisme hivernal s'est développé dès les années 1920. Le télé traineau créé en 1937 a propulsé La Clusaz au-delà d'un village de montagne en devenant une station de ski.

Stimulée par l'économie du ski, les activités « Outdoor » et l'intérêt pour le patrimoine et la culture, La Clusaz a établi un modèle de développement équilibré et performant autour de 3 piliers :

- L'activité productive traditionnelle avec le bois et l'agriculture avec 12 exploitants agricoles et 450 000 kilos de fromage produits par an dont le fameux Reblochon.
- L'activité présentielle : services, commerces, artisans
- L'activité touristique qui réalise 1,9 millions de nuitées par an et 140 millions d'euros de retombées économiques.

Les grandes dates de l'Office de Tourisme de La Clusaz :

1937

Création du Syndicat d'Initiative de La Clusaz et du col des Aravis

1950

Le syndicat d'initiative utilise l'appellation Office de Tourisme

1979

Création de l'association « Office de Tourisme de La Clusaz »

2010

L'OT se transforme en Société d'Économie Mixte Locale dénommée « Société de Gestion des Activités Touristiques de La Clusaz »

2013

Intégration de la Centrale de Réservation dans la SEML

2016

Contrat de gestion du Hameau des Alpes

2021

Contrat de gestion de la gare routière

Ancrée dans le présent :

Aujourd'hui notre structure a toutes les expertises nécessaires dans le domaine du tourisme pour répondre aux attentes de la commune, des acteurs économiques locaux et des clients de La Clusaz.

Notre objectif est de garantir la performance de notre économie actuelle, soutenir les socioprofessionnels dans leurs activités, assurer la satisfaction client et la qualité d'accueil de notre destination. Commercialiser, communiquer, informer, animer sont les piliers de nos actions.

En parallèle, l'Office de Tourisme soutient les associations locales et les champions issus du Club des sports. Ils incarnent notre culture et nos valeurs et sont des piliers de la station.

Un regard et des actions tournés vers l'avenir :

Notre structure se modernise, optimise ses process et investit pour être performante et compétitive. Il n'y a pas de station forte sans Office de Tourisme fort !

Les enjeux de la montagne de demain, les changements climatiques et sociétaux deviennent de plus en plus prégnants dans nos métiers. Nous travaillons de manière concertée avec toutes les forces vives de la station pour préparer l'avenir de La Clusaz. La commune a engagé depuis deux ans un plan ambitieux mais réaliste pour sécuriser son économie : Consolider et adapter notre produit ski, rénover les infrastructures de loisirs existantes et enfin innover en créant de nouvelles activités au service des habitants et des clients.

De grands rendez-vous internationaux auront lieu à La Clusaz à horizon 2030 :

Les championnats du Monde de cyclisme UCI en 2027 et les Jeux Olympiques et Paralympiques d'Hiver en 2030. Ces événements seront sans aucun doute des marqueurs forts de notre village et de notre destination touristique dans les années à venir. L'équipe de l'Office de Tourisme et son Conseil d'Administration sont d'ores et déjà engagés dans tous ces projets d'avenir !

David Perillat-Amedée,

Adjoint au maire en charge du tourisme et Président de la SGATLC

Jean-Philippe Monfort,

Directeur de la SGATLC



SOMMAIRE

- 1.** Chiffres clés de La Clusaz
- 3.** Organisation & gouvernance
- 5.** Missions et objectifs
- 7.** Activités et missions réalisées
- 13.** Relations avec les acteurs économiques
- 14.** Labels qualité
- 16.** Partenaires

Chiffres clés de La Clusaz

Altitude du village : **1040 m**
Altitude de la Grande Balmaz : **2 600 m**



Hiver

Domaine skiable alpin :

- 5 massifs
- 85 pistes de ski (8 noires, 29 rouges, 30 bleues, 18 vertes) / 125 km de pistes
- 49 remontées mécaniques

Domaines nordiques :

(2 massifs)

- Les Confins : 53 km de pistes
- Beauregard : 36 km de pistes
- 10 sentiers de randonnées balisés



Été

- 2 massifs
- 113 km de sentiers de randonnées balisés sur le territoire CCVT

125 km de pistes VTT :

- 1 bike park : 5 pistes DH – 6 pistes enduro
- 11 circuits rando VTT dont 4 circuits panoramiques e-bikes
- 4 remontées mécaniques

180 commerces et services :

- 18 hôtels dont 1 en 5 étoiles, 4 en 4 étoiles, 9 en 3 étoiles et 4 en 2 étoiles
- 4 résidences de tourisme / 1 auberge de jeunesse / 1 camping ouvert été/hiver
- 786 biens en location dont 112 Studios, 456 appartements, 93 appartements dans chalet, 19 demi-chalets, 106 chalets individuels.
- 52 bars et restaurants

Ecosystème touristique de La Clusaz



Retombées Économiques

Dont 40M€ l'été
Soit 26%



**140
Millions
d'euros**



Emplois

700 permanents
900 saisonniers
400 indépendants



2000



Nuitées Touristiques

1 100 000 hiver
800 000 été
700 000 excursionnistes par an



**1,9
Million**



Hébergements

Dont 11 000 lits commercialisés
7000 professionnels
4000 particuliers à particuliers



**25 000
lits**



Population

1700 habitants



Bilan Eté 2024 Hiver 2024/25

Nuitées touristiques

1,9 millions

 65%  45%

Nuitées secteurs professionnels +
nuitées particuliers à particuliers
= **1 143 188 nuitées**

Nuitées résidents secondaires
= **756 812 nuitées**

Durée des séjours



Durée moyenne du
séjour touristes :
6,66 jours

Origine clients



Visiteurs étrangers 39,0% 812,8K
Top 3 des pays d'origine

Royaume-Uni


26,75%
217431

Suisse


19,60%
159319

Belgique


12,41%
100854



Visiteurs français 61,0% 1,3M
Top 3 des régions d'origine

Auvergne-Rhône-Alpes


51,70%
656869

Île-de-France


27,50%
349422

Hauts-De-France

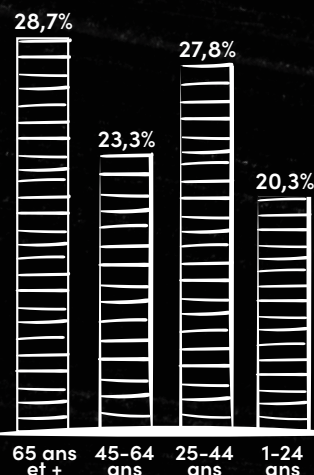

4,49%
57044

Clients excursionnistes + séjournants
= **2,1 millions de visiteurs par an**

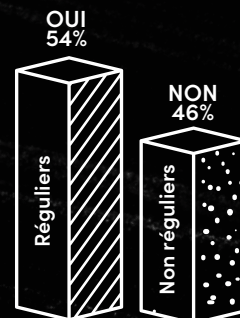
Profils clients

Catégories socioprofessionnelles :
65 % des clients sont des CSP+

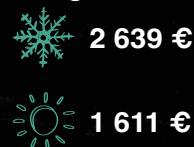
Segmentation par âge des clients



Fidélisation



Budget vacances :

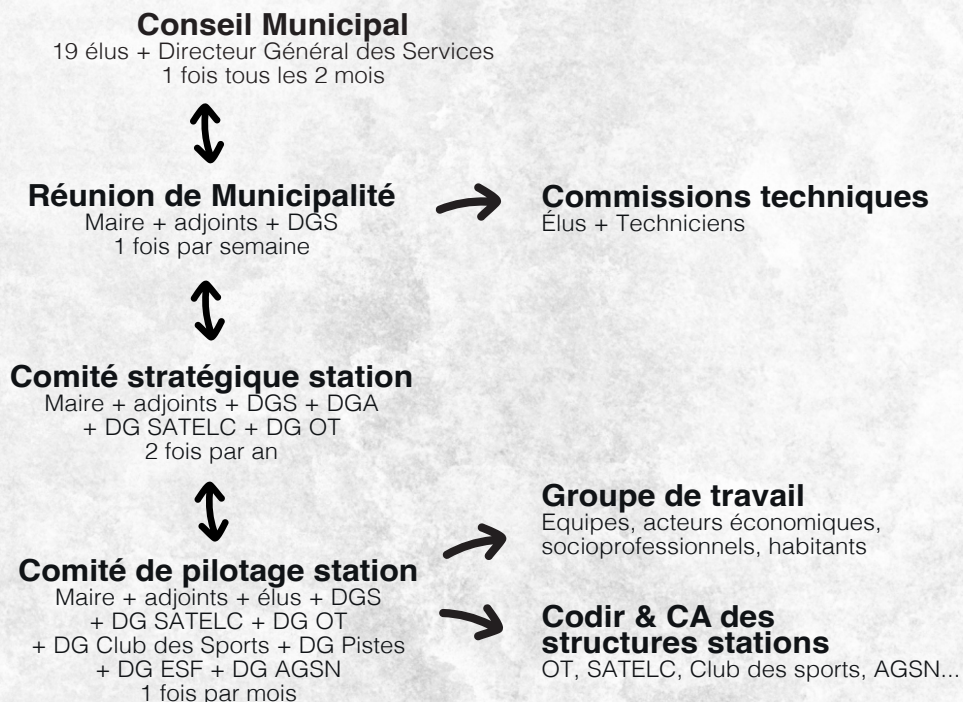


Remontées mécaniques SATELC

- Chiffre d'affaires RM du Groupement des Remontées Mécaniques de La Clusaz Hiver 2025 : **29 M€ TTC**
- Journées skieurs : **784 022**
- CA été 2024 : **1,3 M€** ttc, estimé à **1,4 M€** pour l'été 2025
- CA été = **4,6 %** / CA hiver

Organisation et gouvernance

La commune de La Clusaz pilote la coordination de la station. Elle est au centre de l'organisation des différentes entités de la station.



La gestion de l'Office de Tourisme est déléguée par la commune à La Société de Gestion des Activités Touristiques de La Clusaz dans le cadre d'un marché public pour une durée de 4 ans à compter du 1er juin 2024.

L'Office de Tourisme est une Société d'Économie Mixte Locale au capital de 200 000 €. Elle est détenue à 65% par la commune de La Clusaz, 15% par la SATELC (Remontées mécaniques) et 20% par des actionnaires privés dont le Club des Sports de La Clusaz, L'ESF de La Clusaz, le groupe hôtelier PVG, l'Union des Commerçants et Artisans et l'AGSN qui exploite le domaine nordique.

Son Conseil d'administration

7 représentants de la municipalité :

- Didier Thévenet, Maire de La Clusaz
- David Périllat Amédée, Maire adjoint au tourisme et Président de l'Office de Tourisme
- Michaël Donzel, 1er adjoint au Maire
- Caroline Dorier, conseillère municipale
- Jean-Luc Laborde, conseiller municipal
- Antonin Ruphy, conseiller municipal
- Véronique Pollet-Villard, conseillère municipale

1 représentant des remontées mécaniques :

- Jean-Christophe Hoff, Directeur

4 représentants privés :

- Olivier Pollet-Villard, PDG de PVG
- André Iriart, Président de l'AGSN
- Jérôme Pessey, Directeur de l'ESF de La Clusaz
- Didier Galland, Président du Club des Sports

Budget annuel de l'Office de Tourisme : 2 451 706 € par an

Accueil & Information
455 527 €

Communication & Promotion
602 753 €

Développement commercial
493 078 €

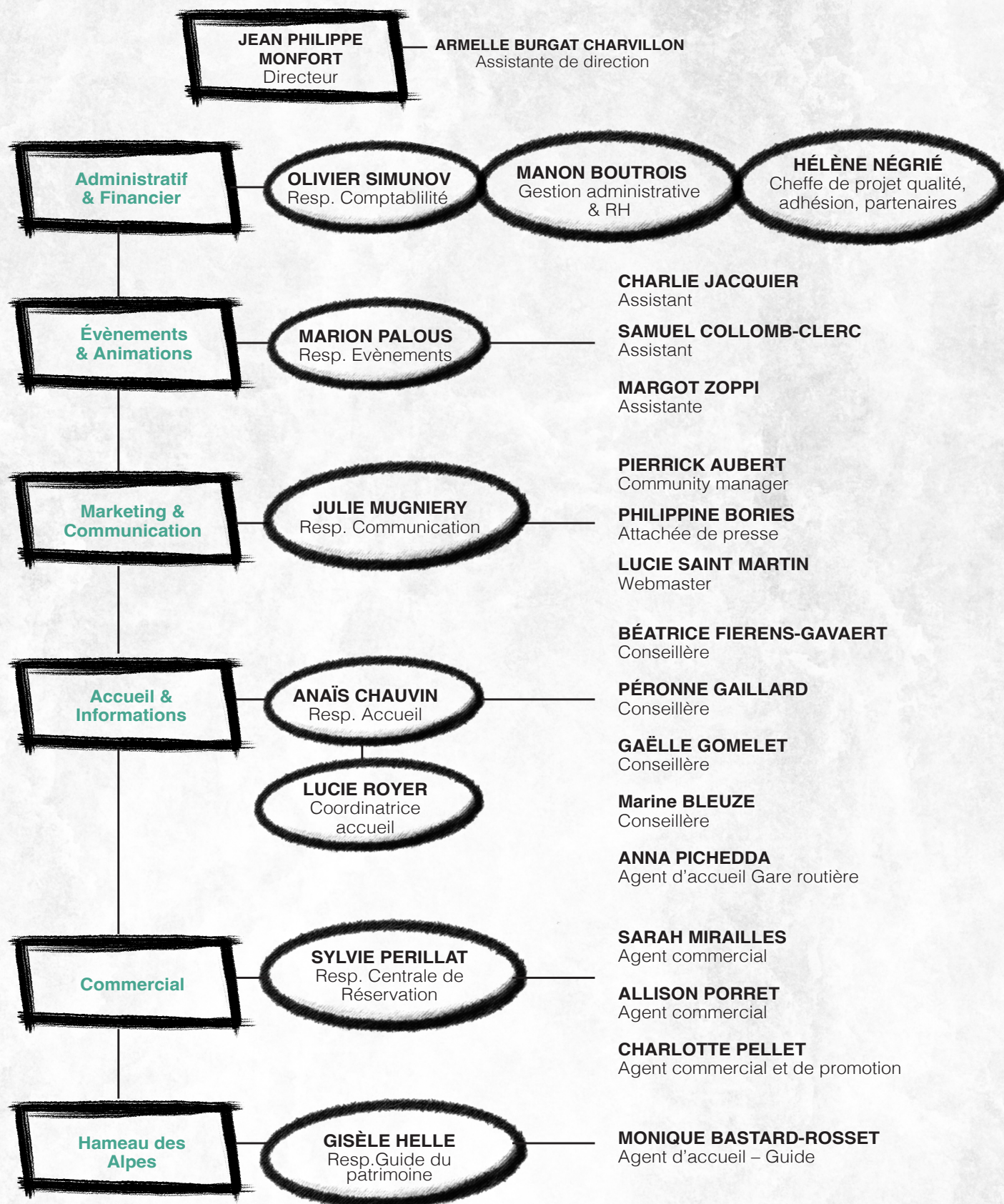
Animation
337 652 €

Évènement
562 696 €

Organigramme

Equipe permanente

La SGATLC est composée d'une équipe dédiée à la gestion de l'Office de Tourisme, du Hameau des Alpes et de la Gare Routière. Elle est composée de 24 collaborateurs avec 3 renforts chaque saison. Cela représente 26 équivalents temps plein.



Missions et objectifs



Garantir les démarches qualités de la destination.



Assurer l'accueil, l'information et le conseil aux clients avant pendant et après leurs séjours



Développer et commercialiser à travers des outils et des canaux de distribution



Définir et mettre en place les plans de promotion et de communication de La Clusaz en lien avec la politique touristique générale de la commune et en fonction du positionnement marketing de la destination



Favoriser l'adaptation de l'offre touristique de la station en fonction des attentes de la clientèle, des évolutions sociétales et des changements environnementaux



Piloter et organiser la programmation événementielle et les animations durant les saisons



Développer les collaborations avec les structures touristiques intercommunales, départementales, régionales, nationales, internationales dans le domaine du tourisme et de la promotion

Axes stratégiques

La Clusaz structure sa stratégie autour de 3 axes :

PROJET BLEU

- Réduire nos Gaz à Effet de Serre et garantir la promesse de l'air pur
- Maîtriser la ressource en eau pour la vie et le travail des générations futures

PROJET BLANC

- Adapter notre offre ski et la saison hivernale aux changements climatiques
- Sécuriser le financement de la diversification touristique

PROJET VERT

- Valoriser le vivant et les espaces naturels
- Diversifier les activités de loisirs et faire interagir nos clients avec les patrimoines naturels, culturels, agropastoraux et gastronomiques

L'Office de Tourisme s'engage pour :

- Un Tourisme responsable qui garantit l'emploi et l'habitabilité,
- Une économie touristique au service du territoire et de ses enjeux,
- Des nouveaux éléments d'attractivités axés sur l'expérientiel, la relation client et la découverte de nos patrimoines,
- Une montagne vivante pour ses habitants et ses clients tout au long de l'année et pour longtemps.

Nos Objectifs



Adapter notre économie touristique aux changements climatiques et participer à la réduction de notre empreinte carbone et celle de nos clients



Répondre aux évolutions sociétales et aux nouvelles attentes des clients



Sécuriser notre activité avec le développement de nouvelles offres et l'accueil de nouveaux clients



tradition



création



engagement

Positionnement
marketing



La Clusaz : Originale par tradition



Activités et missions réalisées



Accueil et Information

3 missions : Accueillir, informer et conseiller

Le service Accueil a pour ambition d'être une véritable vitrine de la station avant, pendant et après le séjour de nos visiteurs. C'est un point incontournable pour organiser et passer des vacances inoubliables !

3 points de contact :
Office de Tourisme, Gare routière
Ambassadeurs station

Office de tourisme :
312 jours d'ouverture par an

- Accueil au comptoir :
33 355 personnes renseignées soit
106 par jour en moyenne
- Accueil téléphonique :
14 000 personnes renseignées
- Demandes écrites :
3 500 mails traités
- Carnets de séjour Roadbook envoyés :
73 (lancement officiel : fin mars 2025)
- 5 langues parlées :
Français, anglais, espagnol, italien,
néerlandais

Gare routière :
ouvert 142 jours en saison

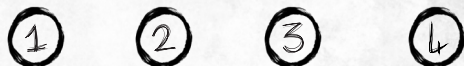
Accueil hors les murs :
25 ambassadeurs station en saison qui
accueillent et renseignent les clients dans le
village ou sur le domaine.

Promotion et Communication

Le service pilote la communication de la destination et sa promotion. Il est garant de la notoriété de la destination et de la mise en œuvre de son positionnement.

Les métiers : Stratégie marketing, rédaction, graphisme, photographie, vidéo, pilotage de drone, webmarketing et relations presse... Tout au long de l'année, il développe l'image, renforce la notoriété et la fréquentation de La Clusaz.

Nos Objectifs



Séduire Divertir Informer Convertir

Bilan Presse :

- 7 accueils presse nationale et 18 accueils presse internationale avec le SIMA et Annecy Mountains
- 2 078 retombées du 1er juin 2024 au 31 mai 2025 10.6 millions d'euros en équivalent Achat d'Espace publicitaire
- Opération Candide Thovex : 21 articles en France et internationale sur l'annonce de la piste
- Principales actualités qui ont déclenché des retombées presse : piste de Candide Thovex ; JOP Alpes Françaises 2030 ; athlètes et leurs résultats ; conditions d'enneigement au mois de décembre pour les vacances de Noël ; les événements et activités à La Clusaz.

Réseaux sociaux :

Plus de 10 millions personnes touchées par nos publications en un an

Une communauté qui progresse :

86,9k abonnés Instagram	192k abonnés Facebook	45,2k abonnés TikTok	10,1k abonnés LinkedIn
+ 11 722 abonnés	+ 3 500 abonnés	+ 2 923 abonnés	+ 1 410 abonnés
Portées 5 001 300 vues	Portées 4 770 400 vues	Portées 2 574 133 vues	Portées 391 316 vues

Meilleures publications : Piste Candide Thovex :
1 million de personnes touchées

Site internet :



6M
de pages
vues en 1
an

Sessions :
3 112 893
de visites

**Revenus
générés :**
8,8 millions
d'euros de
CA via
55 000
transactions
vues

Quelques exemples d'actions menées sur l'année :

- **Campagnes digitales :**
372 000 impressions
- **Campagnes d'affichages sur Lille et Lyon :**
notoriété station sur des cibles travaillées depuis plusieurs saisons
- **Campagnes d'affichages à Annecy :**
1 panneau statique et bandeaux DL et Essor tout l'été
- **Publirédactionnel dans Moka mag Lyon :**
nouveau comme zone de diffusion avec édition spécifique pour promouvoir la destination
- **Publirédactionnel sur Voyage Family :**
en partenariat avec la SATELC

Événementiel et Animation

Évènements

La politique événementielle de La clusaz fait partie d'une stratégie globale en cohérence avec le positionnement marketing. C'est un outil de promotion.

32 évènements par an avec ceux organisés par les associations

Budget : 280 000 €

Animations

Levier de fidélisation en cohérence avec le positionnement de la destination

Programmation adaptée aux saisons et aux pics de fréquentation, garantissant un agenda riche et cohérent en synergie avec les acteurs locaux.

Des animations qui évoluent selon les profils de clientèle, pour répondre aux attentes sportives, familiales ou conviviales selon la période.

50 animations organisées par an

Budget : 60 000 €

Le service événementiel est un partenaire clé des initiatives locales et soutient les associations :



Soutien financier

Participation ciblée pour alléger les budgets



Soutien humain

Accompagnement, coordination et mobilisation de l'équipe



Soutien communication

Création des supports et gestion de la visibilité sur tous les canaux



Soutien logistique

Mise à disposition de matériel et des infrastructures de la station

Budget : 30 000€



été



15-16 Juin
Bélier VTT



22 Juin
Champ des
Platines



29 Juin
Balade au Clair
de Lune



4-7 Juillet
La Clusaz
Yoga Festival



13 Juillet
Bal des Pompiers



14 Juillet
Piano du Lac



17 Juillet
Champ des
Platines



24 Juillet
Soirée
Champêtre



31 Juillet
LCZ Summer



3-4 Août
Fête au village



11 Août
Fête du
Reblochon et
de l'Artisanat



23-25 Août
Trail du
Bélier



7 Septembre
Champ des
Platines



15 Septembre
Foire de la Croix



22 Septembre
Coupe de
France enduro

hiver



**Du 23 Décembre
au 3 Janvier**
Les Pestacles du
Père Noël



10-11 Janvier
Bélier Blanc



24 Janvier
Nocturne des
fondus



Janvier
Radio Meuh
Circus Party



3-8 Février
LCZ Freestyle
Week



17 et 24 Février
Ski Show



4 Mars
Carnaval



12 Mars
Soirée Savoyarde



Mars
Derby de Balme



16-20 Mars
Good Vibes
Week



3-6 Avril
Radio Meuh
Circus
Festival



Avril
Retour des
Champions



12-13 Avril
Boarderline



19-20 Avril
Défi Foly



27 Avril
Der des Ders



Le Hameau des Alpes

Le Hameau des Alpes permet de découvrir la richesse culturelle et patrimoniale du territoire grâce à plusieurs pôles : un espace ludique et scénarisé pour tout savoir sur le reblochon, un musée dédié à l'évolution du ski, un four banal, des greniers traditionnels mais aussi une ancienne scierie. Définitivement, un arrêt obligatoire pour en savoir un maximum sur La Clusaz !

Au cours de cet exercice deux nouveautés sont venues s'inscrire dans la programmation.

Les arbres vous tendent la branche : Une expérience sur le chemin du Hameau qui permet de prendre de la hauteur en montant sur la cime d'un arbre

Le Coup du Béliet : Une fois par semaine en saison un conteur embarque le public à travers les histoires et les anecdotes qui caractérisent La Clusaz.

Notre Guide du Patrimoine a développé une visite guidée du village spéciale enfant : **Les Minis explorateurs à la découverte du village**

- Ouvert 230 jours par an
- 8 000 entrées
- Origine : 90 % de visiteurs français
10 % de visiteurs étrangers



Commercialisation

L'objectif est de développer les réservations et ainsi sécuriser la fréquentation de La Clusaz tout en améliorant l'expérience client dans son process d'achat.

Évolution : Nouveau logiciel, vente en ligne d'activités élargie, développement BtoB, séminaire.

L'été 2024 a marqué une étape majeure pour la centrale de réservation avec la mise en œuvre d'un nouvel outil stratégique pour la commercialisation et la gestion des réservations avec la solution Deskline. Cette transformation technologique constitue un enjeu essentiel pour moderniser nos processus et améliorer l'expérience client. Ce nouveau système a permis des avancées significatives.

L'hiver 2024-2025 a été marqué par une diversification réussie de l'offre avec l'intégration de nouveaux prestataires et le lancement de prestations insolites et authentiques :

- Le dîner suspendu
- Le tipi du trappeur
- Les baptêmes en chiens de traîneaux
- L'apnée sous glace



Chiffre d'affaires
exercice 2024/25
1 908 460 €

Points positifs :

- Croissance exceptionnelle des commissions hébergements (+35%),
- Diversification réussie de l'offre d'activités avec des prestations innovantes,
- Stabilisation du système Deskline après la phase de transition,
- Développement de nouveaux partenariats stratégiques.

Axes d'amélioration identifiés :

- Optimisation du tunnel d'achat pour les prestations additionnelles,
- Renforcement du référencement naturel,
- Amélioration des processus de commercialisation des packages.

La progression des commissions hébergements et le succès des nouvelles activités démontrent le potentiel du système Deskline. Les enseignements de cette première saison hivernale complète permettront d'optimiser les performances futures et de capitaliser sur les bases solides désormais établies. L'objectif pour les prochaines saisons sera de conjuguer stabilité technique et croissance commerciale.

Diversification de l'offre :



Enrichissement du portefeuille de prestations



Commercialisation d'activités supplémentaires



Création de nouvelles expériences clients personnalisées

Amélioration de l'expérience client :



Mise en place de la réservation en ligne des prestations



Optimisation des processus de réservation



Interface utilisateur modernisée

Promotion de la destination :

4 participations aux salons et workshops B2B : Destination Montagne à Grenoble, ISTM en Italie, French Travel Days à Copenhague, SBE (séminaire) à Genève.

7 éductours organisés pour des TO et agences de voyage au cours de l'hiver 2024/25 avec le SIMA. Marchés ciblés : Suisse, UK, Scandinavie.

Objectif : Développer la contractualisation BtoB de La Clusaz.

Club Séminaire :

Le service commercial a reconstruit une stratégie et un plan d'action sur le secteur MICE avec la création du Club Séminaire pour développer les séminaires, journées d'études, team building, soirées de gala ou conventions. Un budget consolidé avec des partenaires station permet d'organiser des actions de promotion de ce segment.

Partenaires : Groupe PVG, Hôtel Saint-Alban, Hôtel Carlina & Beaulieu, SATELC, Oxygène Organisation, Le 1647, Le Chalet des Praz, Le Bal, Les Rhodos, Agence Lake & Montagnes, Evolution 2.

Actions réalisées : Participation au Workshop SBE à Paris, au Salon SBE à Lyon, ainsi que l'organisation d'un éduco-tour SBE à La Clusaz en décembre. Ces opérations ont permis de valoriser la destination auprès des entreprises et agences françaises et suisses sur le marché du MICE.

Boutique :

La boutique réalise un Chiffre d'Affaires de **113 610 €** sur l'exercice 2024/25. Cela concerne uniquement les produits dérivés. Les collections et séries limitées comme le ski Faction/ La Clusaz ou le livre des 60 ans de Balme ne sont pas intégrés.



Pass Expérience :

Produit d'attractivité valable uniquement à la Clusaz. Accès à 15 activités en illimité (dont les remontées mécaniques) et certaines à tarifs réduits.

Été 2024 : Chiffre d'affaires : **190.87 K€** / Nombre de Pass : **2289**

Relations avec les acteurs économiques

L'Office du Tourisme est soutenu par les acteurs économiques de la station pour mettre en œuvre le plan de communication et promotion de La Clusaz, la programmation événementielle et la gestion de l'information. 241 acteurs locaux professionnels ou particuliers participent à ces actions et bénéficient de retombées directes. Cela représente une participation de 130 000 euros par an.

1

Une communication globale pour des retombées locales

- Mise en avant et représentation de la destination lors de salons internationaux (Tour-opérateurs, agences de voyage, presse..)
- Organisation et participation à des événements promotionnels
- Animation du fichier presse, gestion et accueil des journalistes, envoi de communiqués de presse et gestion des reportages TV, papiers (retombées presse)
- Gestion et animation des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, Youtube et LinkedIn)
- Création de contenus originaux pour nos différents supports de communication éditoriaux et digitaux
- Campagnes digitales ciblées mettant en avant les offres commerciales et référencement dynamique (organique et payant) toute l'année

2

Actions commerciales pour booster l'activité

- Profiter de la force commerciale de la « Centrale de Réservation de La Clusaz » pour promouvoir les hébergements et activités
- Accéder aux produits dérivés uniques des marques de la destination proposés uniquement à nos partenaires
- Être consulté en tant que partenaires pour les actions de la SEML La Clusaz et notre activité (animations, événements, travaux, commandes de matériel..)

3

Mise en avant des commerces ou activité auprès de nos clients

- Mise en avant dans nos supports informatifs : Guide Pratique bi- annuel, Magazine annuel, Podcasts, Site internet et actions ponctuelles (calendrier de l'avent, jeux concours, etc.)
- Présence dans la liste des prestations proposées aux journalistes pour les voyages de presse, interviews ou reportages, nationaux et internationaux
- Présentation et mise en avant auprès de nos clients (à l'accueil, sur nos réseaux sociaux, par téléphone ou par mail)

4

Profiter d'avantages exclusifs

- Bénéficier d'un coup de projecteur dans les contenus éditoriaux de La Clusaz (blog, newsletters et réseaux sociaux, magazine et podcasts, etc.)
- Déposer de la documentation en libre-service dans l'Office de Tourisme (flyers, affiches, etc.)
- Opportunité pour les hébergeurs de proposer le Pass Expérience à un tarif préférentiel à leurs clients
- Accès à la médiathèque des Aravis afin de bénéficier de visuels de notre territoire et de ses activités (nouvelles photos ajoutées tous les ans)
- Bénéficier de tarifs préférentiels sur des formations I&D tourisme
- Possibilité d'intégrer les labels Famille Plus et Accueil Vélo
- Possibilité d'intégrer le Club Séminaire

5

Être tenu informé de l'actualité de La Clusaz

- Recevoir les informations importantes grâce aux infos station par e-mail ou sur le groupe WhatsApp station
- Participer aux séminaires station, accéder aux tendances, connaître les actions à venir et les nouveautés
- Recevoir les supports de réunions ainsi que les chiffres clés issus des études qualitatives et quantitatives
- Participer et s'impliquer dans des réflexions stratégiques liées à la destination

Labels qualité

Catégorie 1

L'office de tourisme détient aujourd'hui la plus haute distinction qui est la Catégorie n°1. Celle-ci récompense les engagements de l'établissement dans la qualité de l'accueil et des services, son professionnalisme et la valorisation de ses ressources locales. La garantie d'un séjour réussi pour ses clients, d'un savoir-faire et d'un service de qualité.

Ce classement permet également à la commune de La Clusaz d'être classée en « Station de Tourisme ». Un gage d'excellence touristique dont pourront se prévaloir, à terme, moins de 500 communes françaises. L'Office de tourisme a renouvelé son classement en catégorie 1 en 2024.

Accueil Vélo

Accueil Vélo est une marque nationale qui garantit un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance.

Famille Plus

Depuis plus de 10 ans, La Clusaz est fière d'arborer le label national « Famille Plus », qui récompense son engagement fondé sur la qualité de ses services et sa volonté de répondre aux attentes des visiteurs.

La station s'engage sur plus d'une centaine de critères parmi lesquels l'accueil et l'information, les animations de la station et activités, la préservation de l'environnement, la restauration, l'hébergement, l'équipement, les transports ou encore la sécurité.

« Famille Plus » a notamment permis de développer des services supplémentaires pour faciliter la vie des parents : des espaces pour changer les bébés sont dispersés un peu partout dans le village, un point de rencontre a été aménagé, un service de location de poussette 4x4 a été créé.

Qualité Tourisme

En 2013, l'Office de Tourisme de La Clusaz, est devenu le 3e office de tourisme de Haute-Savoie à obtenir le label « Qualité Tourisme ». La marque Qualité TourismeTM est la seule marque d'Etat attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations.

Pour obtenir la marque, l'office de tourisme doit suivre avec succès une démarche qualité conforme aux exigences essentielles à la satisfaction de ses clients et de ses partenaires. Gage de confiance, les prestations sont régulièrement soumises à un contrôle inopiné et indépendant. Le label Qualité tourisme devient le label Destination Excellence en 2024.





Partenaires



Nichée au cœur d'un territoire aussi riche que diversifié, La Clusaz bénéficie d'une situation privilégiée. Le projet territorial « Annecy Mountains » rassemble cinq destinations voisines : Annecy, Les Sources du Lac, Le Grand-Bornand, Thônes, Saint-Jean-de-Sixt et Manigod. Cette région unique, entre lac et sommets.



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme est une agence qui assure la promotion du tourisme de la région, au niveau régional, national et à l'étranger. Elle met en œuvre la stratégie de développement touristique définie par le Conseil Régional et couvre par l'ensemble de ses missions toute la chaîne de production de l'offre touristique, de l'observation à la promotion/communication en passant par le design de l'offre et la formation des acteurs.

**ATOUT
FRANCE**

L'Agence de développement
touristique de la France

Atout France développe, avec le collectif des acteurs du tourisme français et internationaux. Atout France nous apporte un soutien en France et dans le monde sur 3 axes : la communication, le marketing et la commercialisation.

FRANCE MONTAGNES

France Montagnes est un collectif qui fédère et anime les stations des montagnes françaises et dont les missions consistent à promouvoir et à valoriser une économie touristique responsable ; en hiver autour du ski comme en été à travers toutes les activités qui s'y développent. France Montagnes a pour ambition de faire rayonner les stations des montagnes françaises en France comme à l'international.

**HAUTE-
SAVOIE**
MONT-BLANC

Avec le Mont Blanc pour emblème, la Haute-Savoie est une destination incontournable : montagnes majestueuses, stations de ski renommées, villages authentiques, aventures riches en sensations, notre territoire est un véritable terrain de jeu.

Partenaires
Privés :



**Société de Gestion des
Activités Touristiques de
La Clusaz**

Mail : infos@laclusaz.com
Tél : +33 (0)4 50 32 65 00



www.laclusaz.com



Document imprimé avec des encres végétales sur papier écocertifié.
Crédit photos : Clément Hudry • Pierre Mallet • Julie Mugniery • Germain Favre-Félix