

Insuffler une dynamique de transformation

Bonjour à Toutes et Tous,

Je me présente devant vous à la vice-présidence Tourisme et Activités de Pleine Nature et aimerais vous exposer mes motivations. Je suis consciente qu'à travers un vote il peut parfois y avoir des biais donc je veux profiter de ces quelques minutes de présentation pour que vous sachiez à qui vous avez affaire et quelle est la vision touristique que je défends.

Commençons par l'histoire. Je m'appelle Nathalie Furbeyre. Je suis adjointe à la commune de Val Cenis où j'ai l'honneur d'occuper la vice-présidence de la commission communication. Habitante de Haute Maurienne depuis une 15 aine d'année où j'ai successivement résidé à LLV puis à Sollières-Sardières, je réside depuis 8 ans à Bramans et suis fortement impliquée dans le succès politique de notre commune nouvelle. Pourquoi ?

- Parce que les femmes et hommes politiques ont une responsabilité vis-à-vis de populations lorsqu'il s'agit d'animer la cohérence du territoire
- Parce que la raréfaction de l'argent public nous pousse à devenir ingénieux et penser de + en + large, c'est-à-dire, à raisonner mutualisation des ressources humaines, matérielles, etc...

Je vous parle ici de « politique locale Val Cenis » mais je veux pousser maintenant cet argument par devers vous car en réalité de quoi parlons- nous à travers ce vote de VP si ce n'est de la (sur)vie économique de notre vallée ? Je le souligne mais il ne vous aura pas échappé que nous sommes en réalité hyper-dépendants du tourisme et que c'est un gros talon d'Achille pour nous tous. En bref, qu'ai-je à vous vendre ?

1. Une vision touristique du territoire de notre CCHMV sans discrimination, et non auto- centrée sur Val Cenis, comme je l'entends dire. Il nous faut impérativement dépasser ces blocages mentaux, rester très concentrés sur notre objectif politique de survie économique. Notre espace montagnard est notre patrimoine commun. C'est notre carte atout à l'échelle monde, dans un univers commercial ultra-compétitif. Les processus de décision de destination touristique chez nos visiteurs font appel à des ressorts marketing de + en + complexes. Raisonner à l'échelle de notre vallée en terme de marque est un avantage absolu.
2. Evoluer sous une marque unique ne veut pas dire que nous perdons la personnalité de nos communes ou villages. Au contraire, je prône une reconnaissance des spécificités de tous nos villages qui ont un patrimoine particulier, une antériorité par rapport à la culture tourisme totalement différente. Notre OT est jeune de 3 ans. C'est vrai qu'il y a certainement eu des erreurs d'appréciation des différences d'enjeux touristiques par commune. Il est temps de redresser la barre et de mettre les choses à plat au sein d'une organisation fonctionnelle adaptée. La bonne nouvelle ? C'est que les grands principes de gouvernance de l'OT sont définis. Animer les comités techniques stations et cellules opérationnelles station est l'un des enjeux majeurs de cette gouvernance. Rencontrer également selon des échéances régulières, les socio-professionnels est absolument critique pour nous aider à performer.
3. Le développement d'un tourisme sur 2 saisons hiver et été élargi du mois de mai à mi-octobre. Avec un poids économique de 30%, la saison été devient un ressort important de notre économie locale.
4. Repenser l'animation touristique qui est actuellement au sein de l'OT pour une organisation plus efficace et adaptée à l'échelle de nos communes. En parallèle, développer de grands évènements qui vendent l'intégralité du territoire.

5. Nous avons de très bons techniciens du tourisme et j'ai toute confiance en leur expertise professionnelle. La stratégie de la CCHMV en 5 axes est solide mais demande une adhésion complète de tous les acteurs pour rencontrer un succès plein. Nous sommes supportés par des organismes à forte valeur ajoutée qui produisent des observatoires conjoncturels mais aussi des retours sur la qualité de notre hébergement et accueil. Nous savons à une saison près comment nous avons été capables de satisfaire nos clients. Je compte faire de toute cette production des éléments moteur de notre communication à l'échelle territoriale pour que tous les acteurs locaux soient conscients des bénéfices et limites de nos performances.

J'aimerais conclure sur 2 éléments majeurs :

- La fragilité de notre économie. Intrinsèque ou pas. Une bonne météo en montagne n'aide pas nos touristes. Le covid n'aide pas l'économie. Etre désunis à l'échelle de notre vallée sur la problématique tourisme et avancer en ordre dispersé est encore plus dramatique.
- Il ne vous aura pas échappé que je suis une femme et que je fais ces jours-ci l'objet d'une campagne diffamatoire sur les réseaux sociaux animée par la personne de M. F. Camberlin ici présent qui trouve en ma personne je cite « de grands airs » ou la volonté d'apparaître + intelligente que je ne le suis lorsque je pose des questions dans des ateliers de formation. A l'heure de la parité forcée en politique et au-delà de l'aspect réactionnaire des commentaires de ce monsieur, je tiens à vous faire savoir que je suis une femme de terrain (j'ai fondé la 1^{ère} école de vtt labellisée MCF sur la vallée à LLV il y a plus de 10 ans et une agence de voyages à vélo, rolosports), certes une femme volontaire, déterminée, mais également à l'écoute, qui tient à dépasser les clivages avec bon sens et raison.

Merci de votre attention.

Nathalie Furbeyre