

THYON

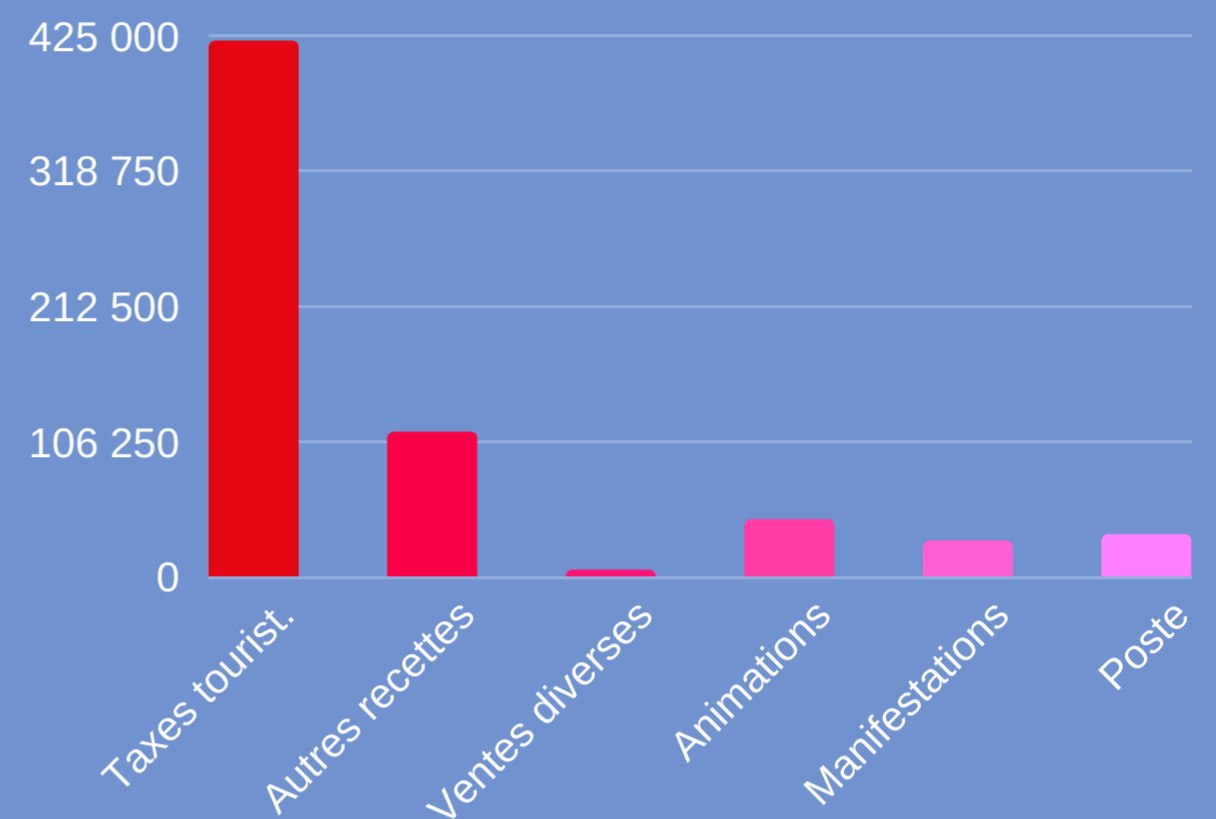
4 VALLÉES

Organisation

La société de développement de Thyon-Région est une association.

L'office du tourisme est situé aux Collons et compte 3 employés à plein temps et 5 à temps partiel, dont une personne issue de la HES-SO filière Tourisme.

Revenus principaux



Rayon d'activité

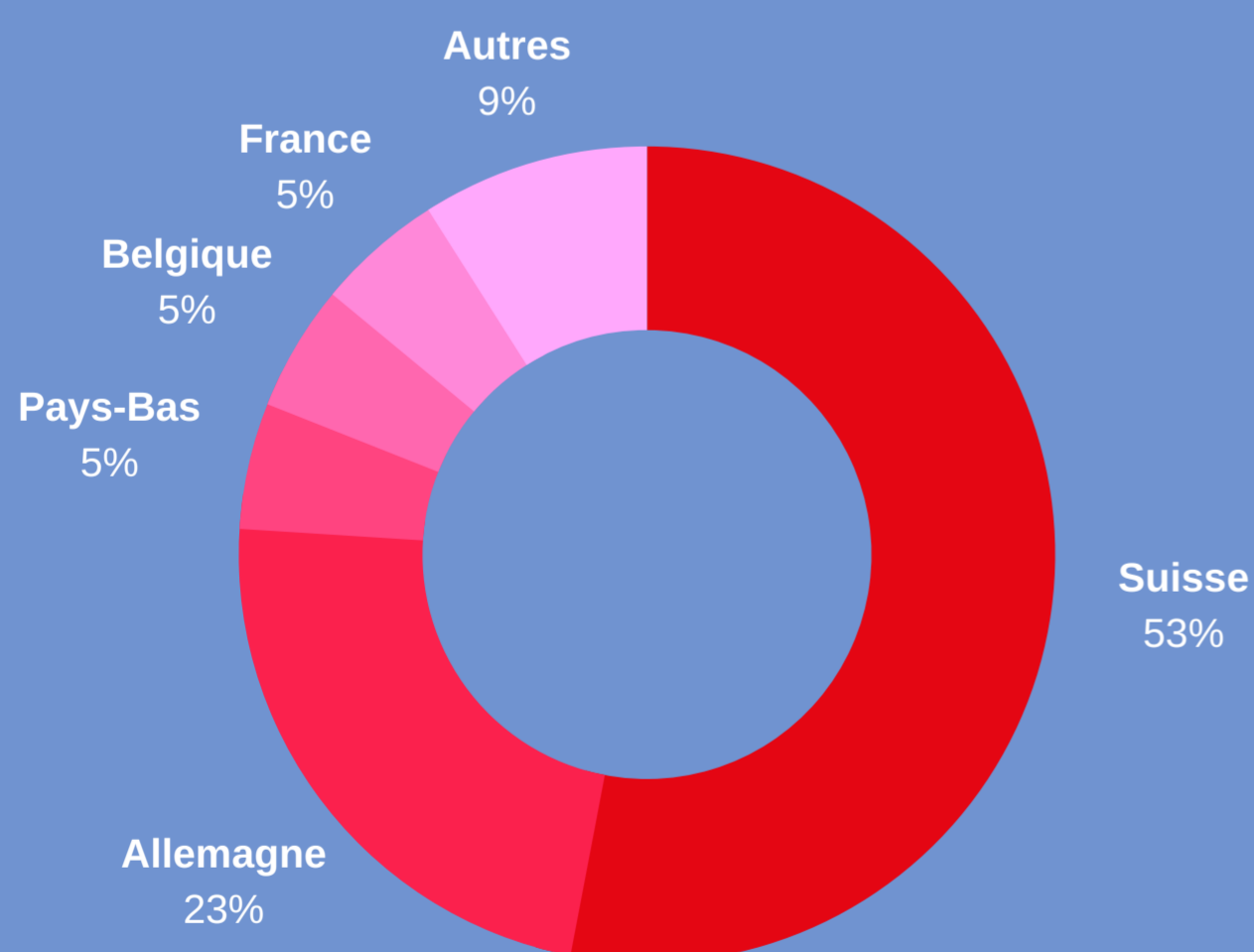
Thyon 2000 (commune de Vex)
Les Collons (commune de Vex)
Les Masses (commune d'Hérémece)

USPs

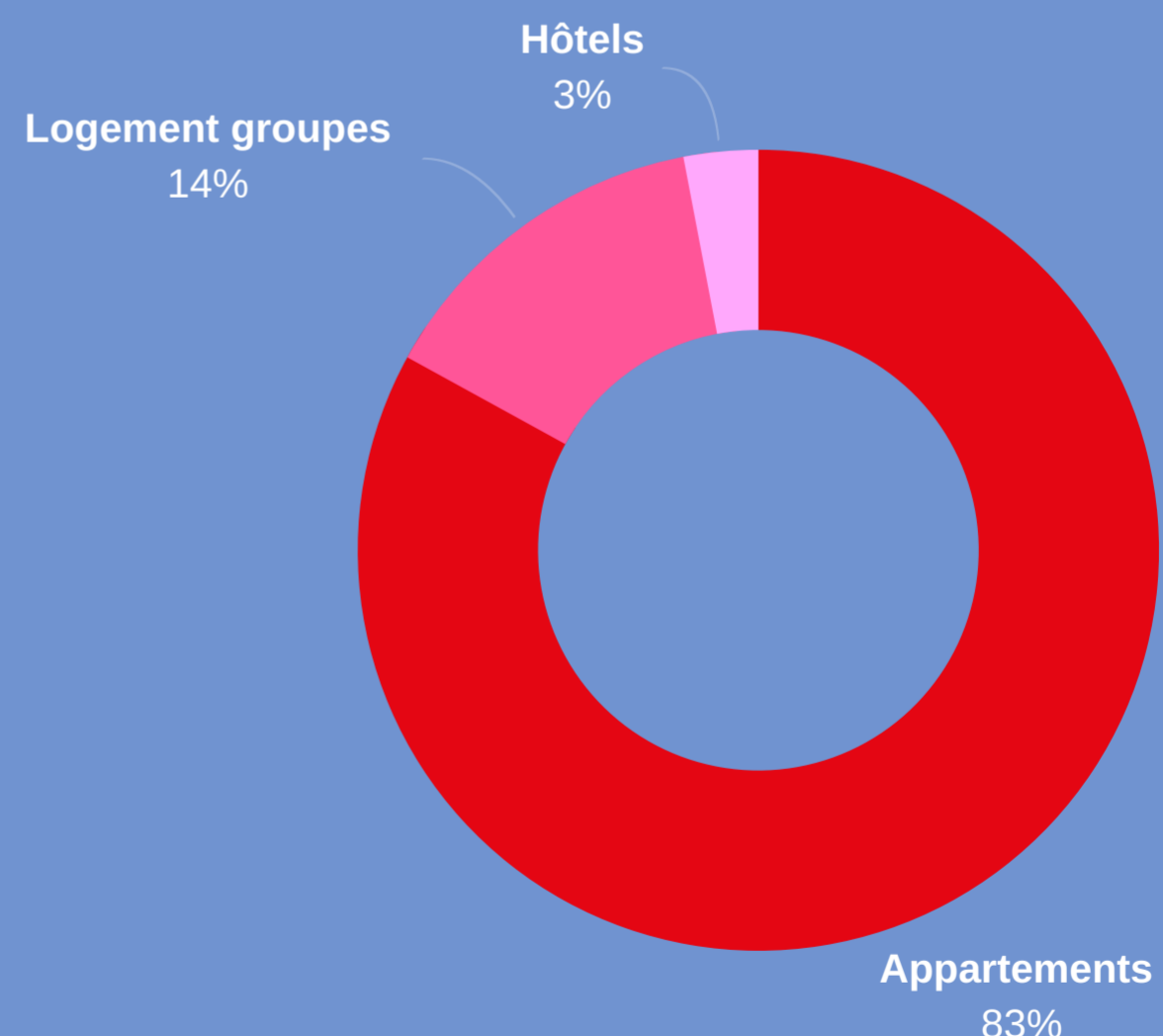
Station Ski-in /Ski-out

Nuitées 2016

Provenance des nuitées



Types de logements



Marques ombrelles

4 VALLÉES 
MONT-FORT 3330

 **VAL D'HÉRENS**
SOURCE D'ÉNERGIES

Innovations proposées

- Séjours déconnecté
- Activités éducatives sur les télésièges
- Application check-in 24h/24h
- Parcours de Fat-bike
- Festival de musique

Proposition d'innovations touristiques pour la région de Thyon



Module 712 – Incoming II

Ce travail a été rédigé par cinq étudiants de première année : Antonaci Cinzia, Ballissat René, Cretton Adeline, Pitteloud Nicole et Rey Edouard

Professeur : Alexis Tschopp

Introduction :Thyon 2000 une station familiale

Thyon 2000 est une petite station familiale du Val d'Hérens. Son office du tourisme situé aux Collons est géré par la société de développement de Thyon Région. Son rayon d'action englobe Thyon 2000, les Collons et les Masses, trois lieux reliés par le domaine skiable géré par Télé-Thyon SA. Thyon Région doit compter avec beaucoup d'acteurs régionaux, son domaine skiable étant relié aux 4 Vallées et Les Masses faisant partie de la commune d'Hérémece. Si le marketing hiver est principalement tourné vers le domaine des 4 Vallées, l'été la station se vend sous la marque Val d'Hérens plus ciblée terroirs et activités estivales.

Les remontées mécaniques sont en cours de développement, principalement pour augmenter la capacité. La station a un fort potentiel de développement des activités estivales. Durant l'hiver, la majorité des activités sont dépendantes de l'enneigement.

Les appartements de vacances sont le type de logement principal à Thyon. Contrairement aux autres stations de la région, Thyon ne possède qu'un seul hôtel et qu'une auberge. Mais elle bénéficie d'un avantage de taille car elle a été conçue comme une station «ski-in/ski-out». C'est-à-dire que les immeubles de Thyon 2000 sont vraiment situés au bord des pistes de ski. Quand les visiteurs arrivent, ils laissent leur voiture dans le parking et ne la reprennent qu'à la fin de leur séjour.

Dans ce rapport, nous allons proposer des innovations réalisables à moyen terme dans les domaines, des animations, des remontées mécaniques, des offres hivernales ainsi qu'estivales et enfin de l'hébergement. Le but est de rendre la station plus attirante pour la clientèle existante ainsi que de la diversifier.

Un festival : la solution pour rajeunir l'image de la station

Thyon Région propose un large panel d'activités tout au long de l'année. Au vu des activités proposées, il y a une volonté claire d'attirer les familles avec des événements tout public, gratuits (Thyon-Région Tourisme, 2016). Nous notons également avec la Saint Patrick's day (Thyon, 2018a) et Ski & Saveurs (Thyon, 2018b) qu'une clientèle plus jeune est ciblée. Ces événements sont tous deux organisés dans le courant du mois de mars. Il y a donc un fort potentiel de développement au niveau de l'été, en particulier pour les jeunes.

En s'appuyant sur le rapport d'activités 2016 de la station, nous constatons qu'il n'y a actuellement aucun événement estival consacré à la musique (Thyon-Région Tourisme, 2016), pouvant attirer une jeune clientèle en quête de fun. Il est donc intéressant de développer un festival offrant aux jeunes la possibilité de s'amuser. Cela étoffera leur offre et permettra de diversifier leur clientèle cible ainsi que leurs activités, orientées pour la plupart sur la découverte de la nature.

Crans-Montana avec le Caprices Festival est un exemple sur lequel ils peuvent s'appuyer.

En effet, cet événement a été créé en 2004 dans le but de rajeunir l'image de la station (Horner, 2003). Il semblerait que la démarche fonctionne au vu des résultats de ces dernières années. Depuis 2015, les organisateurs proposent exclusivement de la musique électronique dédiée à une clientèle plus jeune.

Avec le cadre naturel qu'offre Thyon 2000, il sera possible de le valoriser à travers un événement de ce type. La station possède les infrastructures adéquates. Il est donc tout à fait envisageable qu'ils puissent organiser leur propre festival sur le modèle du Caprices Festival

Pour étaler au mieux l'agenda d'activité de Thyon 2000, nous pouvons imaginer ce festival sur la fin août-début septembre. De cette manière, l'offre déjà présente sur la station ne se déroulera pas en même temps que notre festival.

Le succès de ce nouvel événement reposera aussi sur le soutien des locaux. Pour impliquer les acteurs économiques locaux, nous pouvons imaginer la mise en place de stand de boissons et de nourriture. Des stands consacrés à la promotion de la région pourront également être installés. Afin de vendre la station au-delà du festival et faire revenir cette clientèle à une autre période de l'année.

La période choisie évitera que notre festival face écho à d'autre festival ayant lieu dans la région, comme Electrozîles à Sion en juin (Electrozîles, 2018) ou le Weekend au bord de l'eau à Sierre fin juin-début juillet (Bord de l'eau, 2018). L'offre globale sera ainsi diversifiée et

mettra en avant le cadre naturel de la station et de ses environs. De cette manière, Thyon 2000 augmentera son attraction auprès des jeunes et pourra mettre en avant son cadre naturel.

Proposition d'activités éducatives sur les télésièges

Pour la plupart, les touristes qui viennent skier à Thyon 2000 ne font que rarement des séjours de plus d'une semaine. Ils ont donc envie de profiter des pistes un maximum et le temps passé sur les installations est souvent considéré comme perdu.

Sur les télésièges, la vitesse des sièges peut être augmentée pour limiter l'attente au départ de l'installations et sur le trajet. Cependant, si la durée du trajet diminue, il reste un temps minimal pour l'effectuer.

L'idée est donc d'occuper les skieurs et d'optimiser leur temps en leur proposant une activité ludique durant la montée.



Figure 1 : support d'affichage publicitaire

Pour ce faire, la proposition serait d'utiliser les supports publicitaires situés sur les barres de sécurité non pas pour afficher des publicités mais dans le but de donner des informations qui se veulent éducatives aux utilisateurs des remontées.

Par exemple, sur le télésiège de l'Étherolla qui monte jusqu'au point le plus haut de la station, les skieurs ont la vue sur plusieurs sommets du Val d'Hérens (Dent-Blanche, Maya, Mont-Blanc de Cheilon, Becs des Bossons,...), le Cervin et également sur le barrage de la Grande-Dixence. Il serait donc intéressant de mettre sur les supports une photo des montagnes avec leur nom et leurs caractéristiques. Ou encore des photos du barrage et de sa construction accompagnées d'explications techniques et historiques.

Le domaine skiable étant bordé de plusieurs zones de tranquillité pour la faune, un autre thème qui pourrait être exploité serait celui des animaux alpins présents dans la région tels que le bouquetin, les cervidés ou encore le lagopède des alpes. En plus d'une fonction informative, ces images pourraient également servir en terme de sensibilisation à la tranquillité de la faune locale et dissuader les skieurs de sortir des pistes.

Ces différents thèmes peuvent changer au cours de l'année en fonction des saisons.

Pour aller plus loin, il est imaginable d'accompagner les images d'un QR code qui renvoie sur une page internet qui donne plus d'information sur le sujet abordé. Et avec cette technologie, il serait même possible de renvoyer les utilisateurs sur la page d'un concours où ils doivent répondre à une question de culture générale sur ce qu'ils ont pu lire et ensuite gagner des prix à retirer à l'office du tourisme.

Fat bike : la solution pour diversifier les offres hivernales

La station de Thyon et région comprend 10 remontées mécaniques dont 3 télésièges et un en projet (Télé Thyon, 2017).

Ces dernières années, la station a développé ses offres touristiques hivernales en proposant des activités uniques comme les grottes de glaces de l'hiver 2017/2018.

Actuellement, les offres hivernales existantes sont presque toutes dépendantes de l'enneigement. La station propose : des randonnées en raquette la journée ou à la pleine lune, des parcours en chien de traîneau, de la randonnée avec les chiens, du ski de fond, des initiations à la randonnée à ski, du snow quad pour les enfants, etc. (Thyon, 2018c)

L'offre est donc bien diversifiée mais le manque de neiges continue de faire baisser la fréquentation de la station malgré les efforts pour un enneigement artificiel optimal (Thyon-Région Tourisme, 2016). Il est donc nécessaire de développer des activités, et pas seulement des manifestations, pour la saison d'hiver qui ne sont pas dépendantes de la neige.

Durant l'été, la station est connue par les cyclistes grâce aux diverses manifestations passant par la station (le Grand raid ou le tour de Romandie). Nous pourrions donc utiliser cette notoriété pour développer un parcours fat bike en hiver.

Le fat bike est un vélo avec de gros pneus qui permettent de rouler sur différents terrains comme la neige, la boue et même dans le sable. Comme il existe un projet pour remplacer le télésiège de la Matze par un télésiège. Nous pourrions équiper ces télésièges de porte-vélo et adapter la piste de randonnée déjà présente juste à côté, en une piste pour les fat bike. Un parcours à travers la forêt pourrait également être développé pour ceux qui préfèrent pédaler plutôt que descendre. Notre station a la place et la possibilité d'installer ces infrastructures qui sont peu coûteuses. Ces infrastructures pourraient également être exploitées en été en s'ajoutant à la piste de VTT et Trotinettes déjà existante.

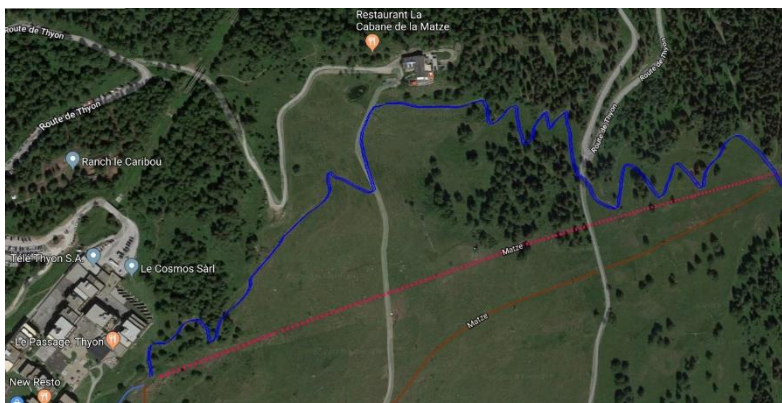


Figure 2 parcours de fat bike

Une innovation nouvelle pour se ressourcer dans la station de Thyon

La station alpine de Thyon a la chance de comporter des paysages alpins permettant d'offrir diverses activités d'extérieures durant toute l'année. La saison la plus importante étant l'hiver (TÉLÉ-THYON SA, (2018)), la station se doit de diversifier ses offres afin d'attirer plus de personnes sur l'ensemble de l'année et de se positionner au mieux sur le marché touristique actuel.

Une innovation pouvant être apportée à la station serait la création d'un nouveau package « *Evasion et découverte* » permettant de cibler un nouveau segment de clients, les personnes surmenées par le stress. Le stress chronique est un phénomène qui prend de plus en plus d'ampleur dans notre société (RTS info, (2014)). Adapter une offre pour ces personnes pourrait redynamiser la fréquentation estivale de la station.

Cette nouvelle offre comporte des activités extérieures déconnectées, c'est-à-dire sans appareils électroniques (portable, ordinateur) et sans connexions virtuelles (internet). Axé principalement sur le moment présent, ce package propose le ressourcement de l'esprit et du corps, dans une atmosphère détendue et conviviale au plus près de la nature. L'objectif est de permettre à nos clients souffrant de stress chronique de se retrouver eux-mêmes en mettant de côté les problèmes de la vie quotidienne, afin de repartir sur de nouvelles bases.

Le client aura la possibilité de composer lui-même son package en choisissant les activités qu'il désire parmi un large panel de propositions. Les activités actuellement proposées par la station seront conservées, et des nouvelles offres (yoga dans la nature, découverte des bienfaits de certaines plantes, balades au clair de lune) viendront compléter celles déjà existantes afin de diversifier les produits de la station.

Système de réservation et de check-in disponible en tout temps.

L'offre principale au niveau de l'hébergement dans la station de Thyon est surtout axée sur les appartements, les auberges, et les colonies. Les nuitées en hôtel ne représentent que 3% du total et le nombre de lits est de 168 sur les 8'000 disponibles dans la station. Les hébergements de groupes quant à eux s'élèvent à 349 lits. Pour le reste, il s'agit majoritairement d'appartements. (Thyon-Région Tourisme, 2016)

Les propriétaires de ces types de logement ne vivant pas tous en Valais, ni même en Suisse, passent souvent par des agences immobilières pour la gestion des réservations. Ces dernières, ayant des horaires précis, permettent des check-ins pour le moins limités à ces disponibilités. Pour offrir une plus grande liberté d'arrivées aux locataires et la possibilité d'augmenter le taux d'occupation des appartements aux propriétaires, une proposition d'un concept de check-ins et réservations automatiques accessibles 24h sur 24 est mise en place. Tout cela sera possible par le biais de l'application WallisKey.

Il existe déjà un système d'arrivées automatiques dans les hôtels qui permet d'obtenir une carte de chambre. Pour ne pas imposer un financement trop lourd aux propriétaires dans l'investissement de tout un système technologique, une serrure et une clé classiques ne sont pas remplacées par une carte électronique. Le seul investissement qu'ils auront à faire sera dans l'achat et l'installation d'une borne connectable au wifi à l'entrée de leur bâtiment. Ensuite, ils n'auront presque rien à faire concernant la gestion des réservations, paiements et transmissions de clés de leurs appartements car tout sera automatisé via l'application et la borne.

Sur WallisKey, les clients pourront faire leur réservation à tout moment et contre une caution prélevée sur leur carte, recevront le code permettant de déverrouiller la borne. Une fois sur place, ils n'auront plus qu'à l'entrer dans la borne et la clé de l'appartement leur sera délivrée. À la fin de leur séjour, quand la clé est remise dans la borne, la caution est reversée sur le compte du locataire.

Une disponibilité en français, anglais et allemand afin d'atteindre le plus de clientèle possible rendra l'application utilisable de tous.

Ce système peut être un réel atout pour la station. De plus, il n'est pas uniquement destiné aux propriétaires privés et est tout à fait utilisable pour élargir les plages horaires des réceptions des hôtels et des auberges de la station.

Conclusion

La station telle que nous la connaissons actuellement a besoin de trouver une nouvelle dynamique et de s'adapter aux nouvelles attentes du marché. Les innovations proposées couvrent différents domaines et peuvent répondre à ces nouveaux défis.

Tout d'abord, au niveau des manifestations, l'organisation d'un festival de musique actuelle permettrait de dynamiser l'image de la station et attirer une clientèle plus jeune.

Ensuite, le temps de parcours des remontées mécaniques a déjà fortement été réduit. Une plus-value peut être ajoutée à ces trajets en proposant des activités ludiques et éducatives sur les télésièges.

De plus, la diversification de l'offre hivernale pourrait être effectuée grâce à la mise en place d'un parcours de fat bike. Cette activité peut également être effectuée en cas de manque d'enneigement.

Concernant la période estivale, il est intéressant de développer des activités pour les personnes souffrant de stress en les coupant de leur milieu habituel pour leur permettre de se détendre.

Enfin, pour rendre la réservation d'appartements, et les check-ins plus flexibles, nous proposons une application qui permet de réserver son logement et de récupérer la clé située dans un boîtier, 24h/24, tous les jours de la semaine.

Sources

Bord de l'eau. (2018). *Auborddeleau.ch*. Récupéré sur <https://www.auborddeleau.ch/>

Borne, (2018). Récupéré sur : <http://m-innov.com/produit/bornes-hotel/>

Electrozïles. (2018). *Electroziles.com*. Infos 2018 à venir. Récupéré sur <http://electroziles.com/>

Fatbike. (s.d.). Dans *Wikipedia, l'encyclopédie libre*. Repéré le 15 avril 2018 sur <https://fr.wikipedia.org/wiki/Fatbike>

Horner, O. (17.12.2003). *Letemps.ch*. Les musique actuelles, vecteur marketing pour rajeunir l'image de Crans-Montana. Récupéré sur <https://www.letemps.ch/culture/musiques-actuelles-vecteur-marketing-rajeunir-image-cransmontana>

RTS. (2011). Le nombre de personnes stressées en augmentation. Récupéré sur <https://www.rts.ch/info/suisse/3378087-le-nombre-de-personnes-stressees-en-augmentation.html>

Télé Thyon (2017). Rapport annuel 2016-2017. Page 10

Thyon. (2018c). *Thyon.ch*. Activités hebdomadaires hivernales. Récupéré sur <http://www.thyon.ch/home/activites/animations-hebdomadaires>

Thyon (2018). *Thyon.ch*. Hôtels – Auberges. Récupéré sur : <http://www.thyon.ch/home/station/hebergement/hotels-auberges>

Thyon (2018). *Thyon.ch*. Logements de groupe. Récupéré sur : <http://www.thyon.ch/home/station/hebergement/logements-de-groupe>

Thyon. (2018b). *Thyon.ch*. Ski & Saveurs 2018. Récupéré sur <http://www.thyon.ch/ski-saveurs-2018>

Thyon. (2018a). *Thyon.ch*. St-Patrick's Day 17.03.18: Programme. Récupéré sur <http://www.thyon.ch/st-patrick-programme>

Thyon-Région tourisme (2016). Rapport d'activité 2016.

Fig.1 <https://www.remontees-mecaniques.net/bdd/reportage-tsf4-alta-leitner-poma-2875.html>

Fig.2 Google maps.(2018).Thyon.récupéré sur
<https://www.google.ch/maps/@46.182451,7.3756593,559m/data=!3m1!1e3>