



#savoieumontblanc

30 juin 2020

► Contacts presse

Muriel Della Mea
Christelle Lacombe
04 50 51 56 47
06 88 73 90 04
presse@smbtourisme.com

► Repères :

**Savoie Mont Blanc =
destination leader mondiale
des sports d'hiver et
destination Montagne préférée
des Français l'été**

- 1,4 million de lits touristiques
- 67,6 millions de nuitées/an
- 7,9 millions de budget
- 46 collaborateurs

Bureau de Savoie Mont Blanc Tourisme

- Co-présidents : Vincent Rolland et Nicolas Rubin
- Trésorier : François Daviet
- Trésorier adjoint : Christian Grange



www.savoie-mont-blanc.com

Conseil d'administration et Assemblée générale Un nouveau cycle pour Savoie Mont Blanc Tourisme

Réunis au Domaine de Marlioz à Aix les Bains Riviera des Alpes, les représentants des instances de Savoie Mont Blanc Tourisme (SMBT) ont entériné le bilan d'activités 2019, la feuille de route 2020 et les évolutions stratégiques et statutaires à venir de l'organisme de promotion bi-départemental. L'occasion aussi de faire un point d'étape détaillé sur le déploiement de la Démarche d'excellence multisectorielle auprès des entreprises et de la valorisation des produits du terroir.

Si 2019 a été une année de transition, 2020 marque une phase de transformation décisive pour SMBT sous divers aspects : l'amorce d'une nouvelle gouvernance pour une mise en place d'ici à mai 2021, le cadrage d'un nouveau plan stratégique marketing et parallèlement des recrutements clés opérés au sein de l'équipe de direction avec l'arrivée début mars de Christelle Ferrière en qualité de directrice marketing et de Michaël Ruyschaert qui prendra ses fonctions de directeur général en octobre prochain. Il succèdera à Claudie Blanc-Éberhart qui envisage de se retirer courant 2021.

Commission d'agrément : 10 entreprises agréées SMB Excellence

Sous la présidence de Jean-Sylvain Costerg, la Commission d'agrément installée en février dernier a validé les documents techniques, le cadre juridique et administratif de la démarche d'excellence multisectorielle. Trois entreprises de la filière fruits ont été les premières à obtenir l'agrément Savoie Mont Blanc Excellence, complété par l'agrément Savoie Mont Blanc Sélection pour leurs produits éligibles. Dans un autre domaine, six campings et une entreprise de transport VTC en mobilité verte viennent également d'obtenir l'agrément à l'issue de la dernière réunion de Commission ([tous les détails ici](#))

Des enjeux stratégiques sur la période 2020-2022

La feuille de route annuelle présentée à l'Assemblée générale a permis de resituer les principaux enjeux à deux, trois ans avec notamment la transformation importante amorcée pour SMBT à plusieurs niveaux : nouvelle gouvernance opérée d'ici à mai 2021, nouveau plan stratégique marketing et communication, intégration du multisectoriel dans les missions initiales, recrutements clés au sein de l'encadrement...

La prise en compte de la transition écologique comme levier de croissance dans les nouvelles orientations stratégiques confirme l'engagement de SMBT de servir dans ses actions de promotion, un territoire performant, innovant et aspirant à l'exemplarité en termes d'éco-responsabilité. « Ce n'est pas plus de tourisme que nous devons viser désormais, mais plutôt mieux de tourisme. Promouvoir les activités à impact positif, favoriser la fréquentation sur les ailes de saison, contribuer à optimiser les modalités d'accès aux sites, valoriser les circuits courts et la consommation locale des produits de qualité, redéfinir notre présence sur les marchés français et étrangers, etc... » comme l'a indiqué Claudie Blanc-Éberhart, directrice générale de SMBT.



#savoieumontblanc

30 juin 2020



Christelle Ferrière



Michaël Ruyschaert

► Publication :

[Bilan d'activité 2019 à retrouver sur l'Espace pro :](#)

Christelle Ferrière, nouvelle directrice marketing, adjointe à la direction générale

Arrivée à SMBT début mars dans un contexte de crise sanitaire, Christelle Ferrière, 41 ans, d'origine rhônalpine, a d'abord construit son expertise marketing au sein de fleurons de l'agro-alimentaire. Diplômée d'HEC, elle a débuté à Londres au sein de Danone Waters UK & Ireland, en particulier pour les eaux d'Évian pendant 4 ans avant de revenir en France pour intégrer le groupe LDC dont elle a pris la direction marketing de la marque Marie pendant 10 ans. En rejoignant le projet Europacity, destination de loisirs du Grand Paris, elle a complété son expérience en marketing territorial pendant deux ans ; une expérience qu'elle met à profit notamment dans le cadre du déploiement de la Démarche d'excellence et de l'élaboration du nouveau plan stratégique de SMBT comme directrice marketing.

Michaël Ruyschaert, futur directeur général

De formation universitaire scientifique (Polytech), Michaël Ruyschaert, 44 ans, a rapidement basculé dans le secteur du marketing et des médias. Après un début de carrière au sein de grandes agences régionales, il a rejoint en 2007 le siège de RTL au développement des filiales à l'international (RTL Group) puis comme directeur de la promotion des marques et des Réseaux (Groupe M6). En 2017, recruté à la direction de l'Office de tourisme d'Avoriaz, il aura eu à cœur de renforcer la notoriété et l'image de la station avec une stratégie marketing digital puissante en misant notamment sur la conquête de nouvelles clientèles. Rechercher de nouveaux leviers de croissance via des modèles de co-branding innovants lui a également permis de renforcer le rayonnement d'Avoriaz. Il prendra ses fonctions de directeur général de SMBT le 1^{er} octobre prochain ; un tuilage sera opéré avec Claudie Blanc-Éberhart, actuellement en poste, qu'elle quittera en fin d'année selon son souhait de préparer son retrait progressif d'activité.

Un bilan d'activités 2019 de transition

Trois points forts du bilan d'activités 2019 ont fait l'objet d'un focus en séance :

- Les campagnes de communication « *puissantes en termes de séduction, de budget investi et de calendriers parfaitement alignés* » a présenté Alice Ramus, responsable de la communication off et on line de SMBT.
- La démarche de qualification et le rôle de la Commission d'agrément « *pivot de la transformation multisectorielle* » comme l'a rappelé Marie-Laure Servettaz-Schell, responsable de la Démarche d'excellence Savoie Mont Blanc.
- Les études (marché belge, marché britannique notamment), véritables outils d'aide à la décision s'agissant d'ingénierie marketing, sont d'autant plus utiles « *dans un contexte conjoncturel très élastique, rendu encore plus complexe à l'international compte tenu des incertitudes liées à la Grande-Bretagne cet hiver entre Brexit, contrats de travail en droit français et conditions sanitaires toujours difficiles* » détaille la responsable de l'Observatoire SMBT Carole Duverney.