



Papier 100 % recyclé

la Croix de Savoie

HOTEL ☆☆☆

BIOCLIMATIQUE

RESTAURANT

GASTRONOMIQUE

DOSSIER DE PRESSE



**1^{er} Hôtel BioClimatique de la région Rhône-Alpes,
3^{ème} En France**

SOMMAIRE

Préambule	Page 1
Historique	Page 2
Etat des lieux	Page 3
Notre engagement	Page 4
Démarche BioClimatique du projet	Page 5
Objectifs en relation avec la démarche BioClimatique	Page 8
Démarche qualité	Page 9
Phasage du projet	Page 10
Mise en œuvre du projet	Page 11
Identité graphique	Page 12
Plan de communication	Page 14
Localisation de l'établissement et facteurs de commercialité à moyen et long terme	Page 15
L'entreprise et sa pérennité	Page 16
Partenariat	Page 16
Stratégie commerciale	Page 16
Vue d'ensemble du projet	Page 17
Photothèque	Page 18





PREAMBULE

Notre projet devient maintenant réalité. En effet depuis le 24 décembre 2010 la première phase des travaux est entièrement terminée et ouverte à nos clients.

Notre établissement est **un modèle de structure touristique en matière de développement durable**, de respect de l'environnement, de préservation de notre patrimoine naturel, de sauvegarde de notre planète.

C'est le 1^{er} hôtel bioclimatique en région Rhône Alpes et le 3^{ème} en France.

Les matériaux utilisés ont été choisis en respect de l'environnement et son approvisionnement local. Les énergies utilisées sont des énergies renouvelables (bois, solaire, récupération des eaux pluviales), le bâtiment est conçu selon les règles bioclimatique et basse consommation (BBC) (isolation thermique optimum). Des toitures végétalisées sont également envisagées (dans la deuxième phase des travaux).

La démarche écologique et bioclimatique qui guide nos convictions se prolonge au-delà de la construction dans la gestion du lieu (tri des déchets (verre, papier, métal, composte), utilisation de produits d'entretien bio, navette électrique au service de la clientèle, gestion économe des énergies, prix préférentiels aux clients favorisant les transports en commun, création d'un menu bio au restaurant gastronomique, sensibilisation des clients au respect de l'environnement par la communication dans l'hôtel et dans les chambres, etc...).

L'hôtel favorise également l'accès aux personnes en situation de handicap par la création de 3 chambres adaptées et l'accès à tous les services est aussi adapté.



HISTORIQUE

L'hôtel a été construit en 1960 selon les normes et les exigences de l'époque. C'est un chalet typiquement savoyard en bois, idéalement situé aux Carroz d'Arâches, station de vacances du GRAND MASSIF.

Il bénéficie d'un emplacement exceptionnel dans la verdure à seulement 600 mètres des remontées mécaniques et 800 mètres du centre à l'écart des nuisances sonores et urbaines (en saison) au calme. La vue panoramique domine le village, la vallée de l'Arve et le massif des Aravis.

Nous avons acheté le fonds de commerce en juin 2000 et repris le bail commercial existant.

L'hôtel est classé « Tourisme » avec les normes 2*, le restaurant est également classé « Tourisme » et nous possédons l'agrément Tourisme (nous permettant de vendre des forfaits incluant des prestations extérieures).

Nous sommes adhérents aux Logis de France avec 2 cheminées et sommes référencés dans le guide rouge Michelin (avec 1 fourchette) ainsi que dans plusieurs publications du groupe Michelin (guide vert, guide des hôtels de charme,...).

En 8 ans d'exploitation, nous avons développé la qualité des prestations, de l'accueil, du service, le respect des clients, l'accueil d'une clientèle étrangère, le respect des normes de sécurité et d'hygiène. Nous avons refait entièrement l'installation électrique afin d'être aux normes, changé en totalité le matériel de cuisine en conformité avec les règles d'hygiène et des conditions de sécurité pour le personnel.

Nous avons également développé, au restaurant, une restauration gastronomique, innovante, moderne et recherchée. Nous avons cherché à nous démarquer de l'offre proposée en général dans la station. Notre clientèle est fidèle puisque qu'un client sur deux est un habitué et que le nouveau client vient sur recommandation dans une proportion de 60%. En règle générale, 80% de notre clientèle ne vient pas par hasard mais par choix pour notre restauration. En 8 ans, notre restaurant a acquis la réputation d'une cuisine gastronomique, originale et de qualité à prix modéré.

En 8 ans, nous avons développé le chiffre d'affaire de 157 256 € à 405 712 € soit une augmentation de 158 % et un EBE de 8 000 € à 41 516 € (+419 %).

Nous adhérons également à plusieurs démarches qualités et sommes régulièrement audités par des visiteurs mystères. Nos résultats sont extrêmement encourageants puisque nous obtenons entre 92 et 98% de taux de satisfaction avec même des résultats de 100% au restaurant, notre point fort.

ETAT DES LIEUX

L'hôtel comprend :

- au rez-de-chaussée : une salle de restaurant, un petit salon, un office, deux WC, une réserve à vins, une cuisine, une terrasse, un appartement comprenant trois pièces, une salle de bains, une chambre pour client, une lingerie et une cabine téléphonique,
- au premier étage : neuf chambres plus une chambre pour le personnel,
- au deuxième étage : neuf chambres,
- au troisième étage : combles,
- au sous-sol : un garage à skis, un garage à matériel et une cave.
- un parking extérieur pouvant recevoir environ une dizaine de voiture.

Ce bâtiment n'a jamais fait l'objet de travaux structurels importants depuis son origine, mis à part ceux nécessaires pour les mises en conformité administratives. En conséquence, il ne correspond plus aujourd'hui à l'attente de la clientèle et souhaitons anticiper les nouvelles normes de classement actuellement à l'étude par l'administration. En effet, les améliorations envisagées sont nombreuses :

LES ATOUTS :

- ✓ L'accueil
- ✓ La restauration
- ✓ La propreté
- ✓ La disponibilité
- ✓ Le rapport qualité-prix
- ✓ L'ambiance chaleureuse et conviviale
- ✓ Le restaurant gastronomique
- ✓ L'emplacement pour le calme et la vue panoramique

LES FAIBLESSES :

- ✓ Aucuns travaux structurels importants depuis son origine,
- ✓ L'isolation phonique et thermique (très mauvaise)
- ✓ Espace insuffisants dans les chambres et sanitaires
- ✓ Manque de chambres familiales
- ✓ Espaces insuffisants des communs (accueil, salon, bar, restaurant, salon de détente,...)
- ✓ Manque de places de parking
- ✓ Accès impossible aux personnes à mobilité réduite

Par ailleurs, notre station présente un manque de lits hôteliers, au regard de son développement touristique. Cette pénurie risque en outre de s'aggraver, après la transformation en résidence d'un hôtel de la station.



NOTRE ENGAGEMENT POUR UN TOURISME DURABLE ET RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Il se concrétise dans la réalisation du **1^{er} hôtel bioclimatique en région Rhône Alpes et le 3^{ème} en France** qui est **un modèle de structure touristique en matière de développement durable**, de respect de l'environnement, de préservation de notre patrimoine naturel, de sauvegarde de notre planète.

- ✓ Les matériaux utilisés ont été choisis en respect de l'environnement et son approvisionnement est local
- ✓ Utilisation d'énergies propres et respectueuses de l'environnement (chaudière au bois, eau chaude solaire)
- ✓ Réduction des émissions des gaz à effet de serre (nous rejetons 1 tonne de CO2 contre 33 tonnes pour une utilisation du gaz naturel ou 90 tonnes avec l'électricité)
- ✓ récupération des eaux pluviales (pourquoi utiliser de l'eau traitée pour les toilettes et la laverie ?),
- ✓ le bâtiment conçu selon les règles bioclimatiques
- ✓ Bâtiment basse consommation (BBC) (isolation thermique optimum).
- ✓ Des toitures végétalisées sont mises en oeuvre.

La démarche écologique et bioclimatique qui guide notre engagement se prolonge au-delà de la conception et de la construction dans la gestion du lieu

- ✓ tri des déchets (verre, papier, métal, composte),
- ✓ Mise en place d'un tri sélectif sur le parking de l'hôtel
- ✓ utilisation de produits d'entretien bio,
- ✓ navette électrique au service de la clientèle,
- ✓ gestion économe des énergies,
- ✓ Mise en place de systèmes de contrôle des consommations
- ✓ prix préférentiels aux clients favorisant les transports en commun,
- ✓ création d'un menu bio au restaurant gastronomique,
- ✓ sensibilisation des clients au respect de l'environnement par la communication dans l'hôtel et dans les chambres, etc...).



DEMARCHE BIOCLIMATIQUE DE L'ETABLISSEMENT

Nos efforts sont guidés par l'objectif d'aller le plus loin possible dans le sens du développement durable. Pour ce faire, nous mettons en œuvre, en collaboration avec le cabinet d'architecture de Jean-François et Corine MERMILLOD, une architecture bénéfique qui s'exprime à travers huit caractères :

CRITERE 1 : MATERIAUX ECOLOGIQUES

Dans le respect de l'homme et de la planète l'architecture bénéfique utilise des matériaux naturels et sains. Nous écartons de notre choix les matériaux dont la nocivité est reconnue ou fortement soupçonnée au titre de la précaution.

Les critères de rentabilité et de productivité ne vont pas toujours de pair avec la santé, et nous en mesurons souvent les effets à retardement. Le bon sens oriente progressivement les fabricants vers des approvisionnements et des techniques de production soutenables. Les matériaux présents sur le marché répondent de mieux en mieux aux critères d'efficacité recherchés.

CRITERE 2 : BIO - CLIMATIQUE

L'architecture bénéfique s'allie au climat de façon à en tirer le meilleur bénéfice ou à s'en protéger.

Savoir tirer parti du climat local : Certains lieux nous enchantent par le bienfait qu'ils procurent. Au delà du plaisir de l'oeil, ces lieux construits ou non, sont appréciés pour l'ensemble de leurs caractéristiques bénéfiques pour l'homme, dont les aspects climatiques. L'orientation et l'ensoleillement, les masques solaires naturels ou construits, la nature du végétal présent, la nature du sol, la morphologie du terrain, la présence de vents dominants et leur orientation, la présence d'eau, sont autant d'éléments avec lesquels composer pour créer un environnement sain et agréable en toutes circonstances.

En règle générale l'architecture bioclimatique cherche à recréer naturellement un équilibre bénéfique à l'homme quel que soit le climat.

CRITERE 3 : ENERGIES RENOUVELABLES

Les projections sur quelques décennies nous indiquent que nous aurons besoin de 2 planètes pour satisfaire nos besoins sans les remettre en question. Il va falloir faire preuve d'imagination dans la façon d'économiser



les dépenses énergétiques, en commençant par repenser nos besoins et en privilégiant les énergies renouvelables.

Le soleil, le vent, l'eau, la chaleur terrestre constituent des ressources inépuisables à conditions qu'elles soient gérées dans la conscience de l'équilibre climatique de la planète et avec bon sens.

- 1) L'énergie solaire pour la production d'eau chaude.
- 2) Le bois – énergie avec installation d'une chaudière à bois déchiqueté pour le chauffage. Couplée avec la production d'eau chaude solaire, afin de ne pas utiliser la chaudière l'été.
- 3) La récupération d'eau de pluie. En cuve enterrée l'eau de pluie stockée sera réutilisée pour l'arrosage extérieur, les toilettes, le lave-linge en sachant qu'elle n'est pas potable et que des dispositions visant à sécuriser son utilisation, seront nécessaires.

CRITERE 4 : RELATION A LA NATURE

"Toute création doit contribuer à l'équilibre du milieu auquel elle participe"
Tao de l'écologie - Edouard Goldsmith

Conçue en symbiose avec son environnement l'architecture bénéfique favorise la relation de l'homme avec la nature. On ne construit pas la même maison dans une forêt ou dans un désert! *On évitera de vivre au ras du sol dans une forêt (humide et ombragée). La maison s'élèvera vers le ciel tout comme les arbres. Avec la construction bois il sera possible de jouer la transparence et l'ouverture en bénéficiant de la protection des feuillages pour l'intimité des habitants. Dans un désert la maison s'ancrera dans la terre pour s'y protéger. Peu d'ouvertures seront aménagées dans des murs épais et denses. La qualité des espaces intérieurs favorisera la vie dedans en relation avec la terre et les rochers par le biais de jardins intérieurs, associant eau et végétal pour compenser l'aridité du paysage.*

Notre emplacement privilégié permettra de favoriser les espaces intérieurs se prolongeant naturellement en terrasses à vivre pendant les belles saisons. Les ouvertures seront nombreuses (chaque salle de bain aura son ouverture) et généreuses.

CRITERE 5 : LA TERRE RAYONNE

L'architecture bénéfique recherche l'équilibre des rayonnements "cosmo-telluriques" nécessaires à la vie, et qui conditionnent notre santé.

CRITERE 6 : AU SERVICE DE L'HOMME

L'architecture bénéfique est au service de l'homme dans le moindre de ses détails.



Comment imaginer une architecture qui ne soit pas au service de l'homme ? L'architecture est née du besoin de l'homme de se protéger et c'est sa raison d'être. En concevant un espace on devrait toujours se poser cette question: Tout ce qui compose cet espace est-il au service du bien-être de ses habitants ? L'espace est-il assez lumineux, le plafond assez haut, le cheminement assez fluide ? La porte est-elle agréable à ouvrir et à fermer, ou peut-elle coulisser en douceur pour notre plaisir ?...

En résumé, l'espace est-il à vivre ou seulement à contempler ? Un cadre de vie est comme un second corps et en ce sens il est le reflet des besoins de ses habitants et non de ceux de son architecte !

CRITERE 7 : EN RELATION AVEC NOS 5 SENS

La relation que nous entretenons avec notre environnement passe par la perception de nos 5 sens.

En sublimant nos 5 sens, l'architecture bénéfique contribue à notre bien-être et à notre équilibre. Nos sociétés occidentales privilégient la vue et délaissent les autres sens.

Comment expliquer que l'on crée des restaurants où il est impossible de s'entendre, de espaces où l'air est saturé et malsain, des murs qui nous repoussent et agressent le toucher ?

Nos 5 sens sont des portes de communication avec notre environnement. L'architecture bénéfique respecte chacun de nos sens. Elle éveille subtilement selon nos besoins, un sens ou un autre et nous aide à nous sentir pleinement vivant. Matières, couleurs, lumières, formes, sons et odeurs se déclineront avec art pour notre bien-être et notre épanouissement. Chacun de ces composants interagit sur notre équilibre physique et psychologique.

CRITERE 8 : EVOLUTIVE

L'architecture bénéfique est à la mesure de l'Être et évolue au rythme de ses besoins physiques et spirituels. Le temps rythme toute notre vie: de notre naissance à notre mort, nous vivons une infinité de transformations que nos espaces de vie se doivent d'accompagner et même d'anticiper.

OBJECTIFS EN RELATION AVEC LA DEMARCHE BIOCLIMATIQUE

- ✚ Création du 1^{er} hôtel bioclimatique en Rhône Alpes et du 3^{ème} en France
- ✚ Projet s'inscrivant dans une démarche de tourisme durable
- ✚ Respect de l'environnement : Bâtiment basse consommation (Isolation thermique maximum, réduction des ponts thermiques), utilisation d'énergies propres et respectueuses de l'environnement (chaudière au bois, eau chaude solaire, récupération des eaux pluviales),
- ✚ Accueil des personnes en situation de handicap
- ✚ Accueil des personnes âgées (création de forfaits spécifiques)
- ✚ Mise en place d'une politique tarifaire favorisant les clients respectueux du développement durable dans leur déplacement (utilisation des transports en commun)
- ✚ Mise en place une politique tarifaire spécifique et adaptée à des publics aidés en partenariat avec l'ANCV
- ✚ Intégration du projet dans le CDDRA (contrat de développement durable Rhône Alpes) du Faucigny
- ✚ Amélioration de la qualité de l'accueil et développement touristique de la région
- ✚ Certification HQE et écotourisme
- ✚ Développement économique de la région en faisant appel aux entreprises locales
- ✚ Création de 4 emplois permanents
- ✚ Tri sélectif des déchets (déjà en place actuellement)
- ✚ Utilisation de produits d'entretien écologiques (déjà en place actuellement)
- ✚ Mise en place d'une navette écologique au service de la clientèle (afin d'éviter l'utilisation des véhicules personnels)
- ✚ Sensibilisation dans les chambres à un comportement responsable et citoyen
- ✚ Mise en place au restaurant d'un menu bio
- ✚ Demande de la certification de Maître restaurateur
- ✚ Brassage social de différents publics (personnes en situation de handicap, personnes âgées, touristes français et étrangers, personnes en déplacement professionnel, réunions familiales, repas d'affaire, séminaire),
- ✚ Création de chambres familiales
- ✚ Création d'un spa, hammam et salle de soins
- ✚ Ouverture annuelle (apport pour le vie locale et le commerce)
- ✚ Accueil de séminaires
- ✚ Accueil de réunions familiales, repas d'affaires



DEMARCHE QUALITE

Depuis 2001, nous nous sommes engagés avec la CCI de la Haute Savoie, dans une démarche qualité. Deux fois par an, nous sommes visités par un visiteur « mystère » chargé de nous positionner par rapport à une grille d'évaluation. Chaque année, un bilan est dressé avec la CCI et des axes de progression déterminés.

Tous les ans, nous avons été lauréats de cette charte de qualité en obtenant des résultats entre 90 et 98% de taux de conformité.

Ces visites mettent en évidence nos atouts et nos points faibles qui sont résumés dans l'appréciation générale des 2 derniers visiteurs « mystère » :

- en août 2007 : « l'hôtel La Croix de Savoie » est un établissement très chaleureux où le client se sent un peu comme chez lui. L'ensemble du personnel est à l'écoute du client et met tout en œuvre afin que ce dernier passe un séjour de qualité. Les chambres sont quant à elles, un peu vieillissantes et mériteraient d'être rénovées mais restent tout de même agréables. Enfin, nous avons particulièrement apprécié la qualité et l'originalité de la restauration et nous conseillerons cet établissement à notre entourage. »
- en mars 2008 : « L'hôtel restaurant La Croix de Savoie dispose d'un emplacement privilégié aux Carroz d'Arâches. Le cadre est reposant et la vue offerte est très appréciable. L'accueil est chaleureux et les responsables sont attentifs aux besoins de la clientèle. Même si les chambres et salles de bain sont vieillissantes, nous avons passé un bon séjour. La prestation du restaurant est de qualité : les plats sont savoureux et la carte est attractive. »
- en septembre 2008 : « la prestation restauration est de bonne qualité. Celle de l'hébergement est moindre. L'accueil est convivial et chaleureux. Les responsables s'assurent de la satisfaction de leurs clients tout au long du séjour. Un hôtel que nous recommanderons à notre entourage et dans lequel nous reviendrons volontiers une fois qu'une rénovation des chambres et salles de bain aura été réalisée. »
- avril 2009 : « l'établissement dispose d'un hébergement qui nécessite une mise à niveau pour le mettre en adéquation avec le charme du bâtiment et la qualité de la restauration. L'accueil est par contre très chaleureux et la restauration bien maîtrisée. »
- septembre 2009 : « L'établissement, bien que vieillissant, s'intègre parfaitement dans le paysage montagnard des Carroz et offre une prestation de qualité. L'agencement de la chambre est à revoir, notamment concernant l'espace salle de bain et WC. Le service restauration est très apprécié avec un service de qualité, des conseils judicieux pour les plats et pour les vins et une très bonne prestation assiette. Des travaux semblent être prévus pour l'année prochaine. Nous conseillons cet établissement à nos proches. »

Dans le cadre de cette démarche de qualité, nous avons mis en place des questionnaires destinés à nos clients, tant à l'hôtel qu'au restaurant nous permettant de contrôler la satisfaction de ces derniers.

Les résultats confirment à nouveau les rapports des visiteurs « mystère » et mettent en lumière les mêmes atouts et points faibles. Dans le cadre de notre projet, ils nous seront utiles pour adapter notre projet à l'attente de la clientèle.



En annexe de ce document de synthèse, nous joignons une fiche de résultat synthétique permettant de constater :

- 93% des clients de l'hôtel reviendraient et 96% recommanderaient l'établissement
- 99% des clients du restaurant reviendraient et autant recommanderaient l'établissement
- Plus de 95% des clients de l'hôtel jugent très satisfaisant ou satisfaisant l'accueil, la propreté, la situation le rapport qualité/prix, l'ambiance familiale,
- Seulement 72% des clients de l'hôtel jugent très satisfaisant ou satisfaisant les chambres et 26% les jugent mauvaises ou très mauvaises
- Concernant le restaurant, 100% des clients jugent très satisfaisant ou satisfaisant, l'accueil, le service, la variété, l'originalité, la qualité des produits, la propreté.

PHASAGE DU PROJET

Il était très important pour la réussite du projet de ne pas arrêter l'activité commerciale pendant la transformation. Nous avons donc opté pour un déroulement par phases sur deux années :

- ✓ **1^{ère} phase entre mai 2010 et décembre 2010 (complètement achevée)** : réalisation de l'extension Durant cette phase, nous avons continué l'activité dans la partie existante.

De Noël 2010 à Avril 2011, exploitation de l'existant (19 chambres) et de l'extension (16 nouvelles chambres), du nouvel accueil, du nouveau bar et salon.

La nouvelle chaufferie bois et eau chaude solaire alimentaient la partie neuve et la partie ancienne. Ces 16 nouvelles chambres ont permis d'augmenter notre chiffre d'affaire et d'absorber une partie du financement de cette première partie du projet.

- ✓ **2^{ème} phase entre avril 2011 et décembre 2011** : démolition et reconstruction du rez de chaussée actuel (restaurant, cuisine,...), des 1er et 2ème étage de l'existant.

Durant cette phase, nous fonctionnerons avec les 16 nouvelles chambres et la rénovation du rez de chaussée.



MISE EN ŒUVRE DU PROJET

Nous avons confié à un cabinet d'architecte une étude préliminaire permettant d'affiner le programme et de vérifier la faisabilité de l'opération au regard des règles d'urbanisme d'une part et des résultats de diagnostic du bâtiment (études du sol, sondages, relevés des existants). Cette étude nous a permis d'élaborer une esquisse, d'estimer le coût de la rénovation et de l'extension. Vous trouverez en pièces annexées le résultat de ce travail.

Au terme de ce travail, nous avons élaboré un plan de financement et un budget prévisionnel en collaboration avec notre expert-comptable.

Nous avons obtenu l'accord pour un financement à hauteur de 2 120 000 € d'un pool bancaire (Banque Laydernier, Caisse d'Épargne et Crédit Agricole) avec une intervention d'Oséo au titre des garanties

Pour compléter notre plan de financement nous sollicitons des aides départementales, régionales ainsi qu'auprès de l'ANCV et de l'ADEME.

A ce jour, nous avons reçu le soutien uniquement du Conseil Général à hauteur de 45 000 € et de l'Agence Nationale des Chèques Vacances pour 60 000 €.

La 1^{ère} phase a débuté en mai 2010 et étant entièrement terminée nous allons donc pouvoir démarrer la deuxième phase.

Après 4 mois de fonctionnement de la nouvelle partie, les commentaires de nos clients sont très encourageants pour la fin de la réalisation.



IDENTITE GRAPHIQUE

L'identité graphique fut créée à l'occasion de la création du 1er hôtel BioClimatique de la Région Rhône-Alpes et le 3ème en France lors de l'année 2010.

Jean-François Mermillod, Eco-designer à l'origine du logo nous la décrit :

« LA CROIX DE SAVOIE, **c'est un pari sur l'avenir, sur la qualité de vie, sur le respect de l'homme et de la planète, c'est le résultat d'un engagement écologique sincère et cohérent.**

*Cette position se concrétisera par la réalisation d'un **hôtel de qualité** totalement **en phase avec les exigences environnementales** et avec les **attentes de la clientèle.***

Quand l'on entend « Croix de Savoie » on ne peut s'empêcher de visualiser l'emblème de Savoie avec croix blanche sur fond rouge qui nous renvoie aux origines de la région. Dans le même temps la relation au temps présent est nécessaire pour que s'exprime l'engagement de la famille Tiret dans une démarche durable et responsable.

Le logo synthétise donc une triple relation : Tradition / Futur / Environnement

TRADITION : La croix rouge et blanche a été utilisée dans **une expression minimaliste à la géométrie rigoureuse** (4 carrés rouges symétriques sur fond blanc) Cette Croix historique exprime la tradition et le passé.

FUTUR : Une croix noire en traits fins vient se superposer à la première et **positionne l'ensemble dans le temps présent** (équilibre espace-temps en mouvance permanente illustré par la ligne verticale et la ligne horizontale) Elle lui donne **une ampleur et une dynamique avec les orientations cardinales et la longueur des traits.** Cette association des deux croix exprime à la fois la stabilité et l'expansion.

ÉCOLOGIE : Le dessin des **aiguilles de mélèze associées au cône exprime la nature et la relation à la planète** (vital pour le tourisme et la cuisine gastronomique) Les aiguilles de mélèze apportent une **connotation montagnarde légère et dynamique.** La masse du cône équilibre la finesse des aiguilles. La mutation saisonnière du mélèze exprime également la notion de cycle de vie inhérent à l'écologie.

La typographie utilise **une police ronde et généreuse** avec une pointe de caractère, comme le sont l'accueil et la cuisine de la famille Tiret. »



Plusieurs versions afin de suivre l'évolution du projet :



Logo dédié au projet



Logo pour le futur établissement
hôtel & Restaurant



Logo pour le futur Hotel BioClimatique



Logo pour le futur Restaurant
Gastronomique



PLAN DE COMMUNICATION

Communication avec mise en avant des objectifs du projet (écotourisme, développement durable, bâtiment HQE, accueil de personnes en situation de handicap, de personnes âgées, etc...), de la région Rhône-Alpes, du département de la Haute Savoie, de la station des Carroz.

- 1) Durant les travaux, mise en place :
 - ❖ D'un site internet
 - ❖ D'une identité graphique
 - ❖ D'un e-mailing à de notre fichier clients.
 - ❖ De panneaux d'information à l'accueil et d'un dossier dans chaque chambre.
 - ❖ Communiqués de presse (locale, régionale, nationale et presse spécialisée)
 - ❖ Soutien des élus locaux

- 2) A l'achèvement des travaux, mise en place :
 - ❖ D'une campagne d'information dans les médias locaux, régionaux et nationaux, presse écrite, radio ou télévision.
 - ❖ D'un plan de partenariat avec l'office du tourisme des Carroz pour le parrainage des manifestations et animations locales.
 - ❖ D'une campagne de publicité dans les cinémas des Carroz, des stations du Grand Massif, de Sallanches et d'Archamps.
 - ❖ De programmes spécifiques pour les séminaires, séjours pour personnes âgées
 - ❖ De brochures : générale, séminaire, voyages tout compris pour personnes âgées
 - ❖ Prospection des CE, CCAS, Autocariste, ski club
 - ❖ Participation à différents salons professionnels

Nous développerons le marché des séminaires par une prospection des entreprises locales (SOMFY) mais également nationales. Nous nous appuierons sur notre réseau des Logis International qui référence les hôtels organisant des séminaires, une campagne de référencement sur internet sera mise en place en liaison avec notre prestataire chargé de notre communication (APICIUS, spécialisé dans le domaine hôtelier).

Nous prospecterons également des comités d'entreprise, ski club, associations sportives, club du troisième âge, CCAS, autocaristes pour l'accueil de groupes.

Nous envisageons également de participer à des salons sur Paris, Lyon, Lille et faire des opérations e-mailing.



LOCALISATION DE L'ETABLISSEMENT ET FACTEURS DE COMMERCIALITE A MOYEN ET LONG TERME

Nous sommes situés au cœur du Grand Massif (Les Carroz, Flaine, Samoëns, Morillon et Sixt) qui offre de nombreuses activités touristiques aussi bien l'hiver que l'été. Nous nous trouvons à la sortie des Carroz sur la route menant à Flaine.

L'hiver, l'orientation et la situation du domaine favorise un enneigement des plus favorables comparativement aux stations des Alpes. La neige est garantie de Noël à Pâques. Le massif offre 265 km de pistes, un sommet à 2 500m, 80 remontées, 2 snowparks et 229 enneigeurs.

Le domaine est géré par deux sociétés : la Soremac (les Carroz) et la Compagnie des Alpes. Ces deux sociétés investissent chaque année par la création ou le renouvellement des appareils de remontées, des engins d'entretien des pistes et l'enneigement artificiel.

Par ailleurs, d'importants programmes immobiliers ont été réalisés aux Carroz (par MGM) ou à Flaine (par PIERRE ET VACANCES) avec une augmentation du nombre de lits locatifs haut de gamme et de nombreuses campagnes de communication ont été réalisées, par ces dernières, sur le plan international pour faire connaître et promouvoir notre massif.

En effet, notre autre atout est la proximité de l'aéroport de Genève où de nombreuses compagnies aériennes « à bas prix » sont présentes transportant des britanniques, des belges et des néerlandais et notre proximité avec l'autoroute A40 qui est à 15 minutes en voiture. Nous sommes le massif le plus proche de toutes les régions du nord de l'Europe (Paris, Alsace, Champagne, Bretagne, Grande Bretagne, Belgique, Luxembourg, Pays Bas, Danemark,...).

Par ailleurs, l'office du tourisme des Carroz est très actif sur la promotion de notre station par la mise en place de campagnes de communication (presse écrite, cinéma, radio, salons, sponsoring d'une équipe professionnelle cycliste féminine avec Jeannie LONGO comme leader), par l'organisation de manifestations (rassemblement de montgolfières durant 1 mois l'hiver, randonnées en VTT, la VTTICIME l'été, randonnées à cheval, la CALVACIME,...).

Enfin, en terme de capacité hôtelière sur Les Carroz et Flaine, il existe une insuffisance de lits par rapport à la demande l'hiver (75% du CA annuel). En effet, il n'y a aucun hôtel de tourisme à Flaine et seulement 5 aux Carroz dont 1 seul dans la catégorie 3*.

En conséquence il existe un potentiel important actuellement impossible à accueillir en hiver.

En outre dans le secteur des séminaires, nous seront les seuls à pouvoir en accueillir toute l'année dans notre secteur. Avec l'industrie du décolletage de la vallée de l'Arve, nous avons également un fort potentiel de prospect.



L'ENTREPRISE ET SA PERENNITE

Ce projet est à l'initiative conjointe de la SARL LA CROIX DE SAVOIE, gérant le fond de commerce Hôtel & Restaurant et la SCI J.EG, propriétaire des murs.

Ce sont des structures familiales puisque nous sommes majoritaires et les rôles sont répartis comme suit :

Mr TIRET Jean-Marc, 52 ans, CHEF D'ENTREPRISE

Mme TIRET Edwige, 52 ans, CHEF DE CUISINE (après une expérience professionnelle comme adjointe d'un service achats et une formation de plusieurs mois comme chef de cuisine)

Mr TIRET Gaëtan, 21 ans, LA RELEVE, titulaire d'un BTS de gestion touristique en juin 2009, et une expérience de plus d'un an en Ecosse dans un établissement étoilé au Guide Rouge Michelin il a réintégré l'entreprise en début d'année 2011 afin de préparer la pérennité et le développement de l'établissement ainsi que le développement du BioClimatique dans le tourisme en France et le Monde.

PARTENARIAT

Nous offrons à tous les partenaires contribuant à la réalisation de notre projet une vitrine sur le site internet qui sera créé pour l'annonce et le suivi des travaux et la préparation à la commercialisation avant la fin des travaux.

Ce site en lien direct avec notre officiel actuel et fait l'objet de liens avec l'office du tourisme des Carroz, les Logis de Haute-Savoie et nos autres partenaires actuels

Nous envisageons des opérations de partenariat avec les organismes chargés du tourisme au plan départemental et régional.

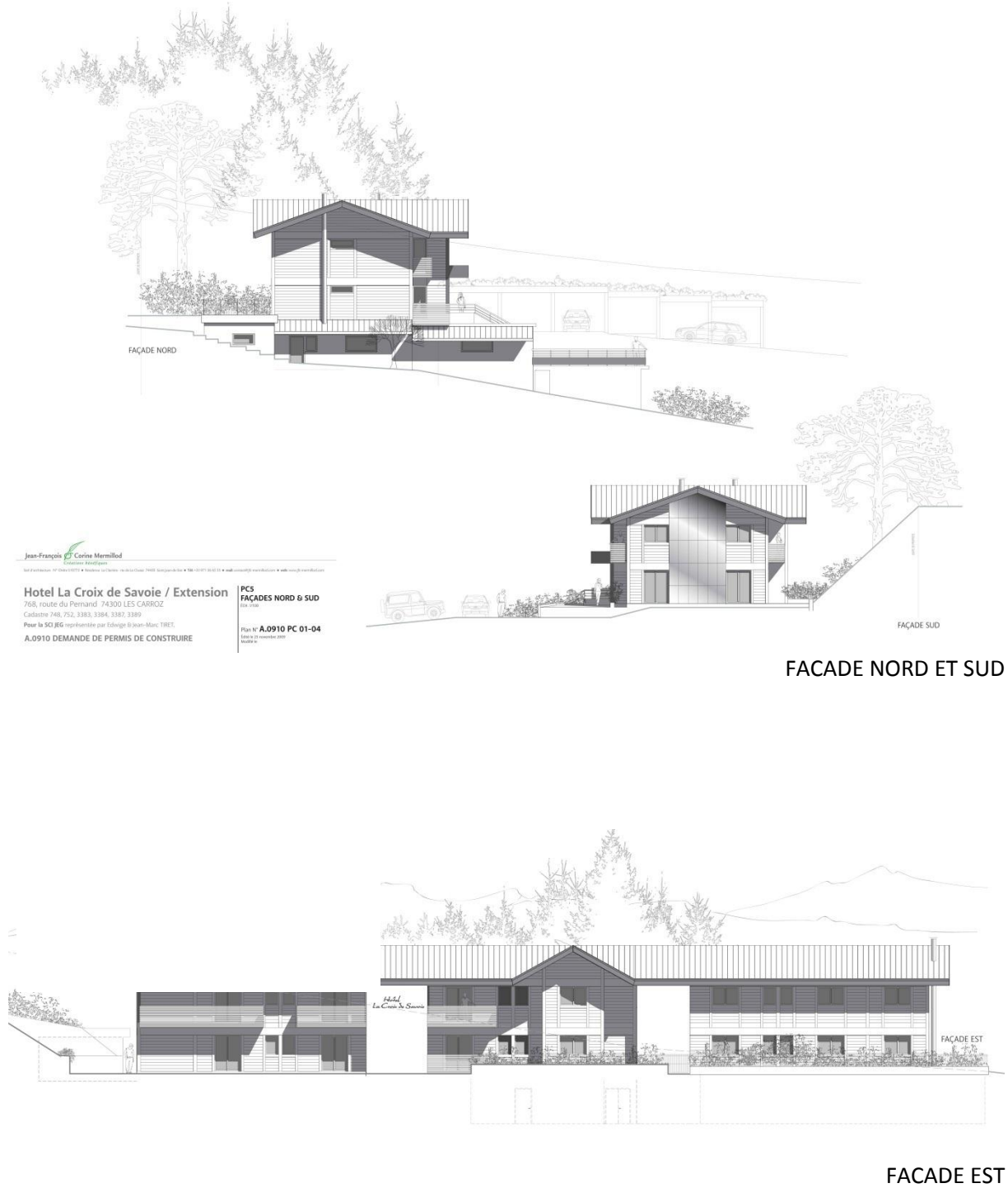
Tout au long des travaux, des « e-mailing » seront réalisés auprès de notre fichier clients (environ 2 500 adresses).

STRATEGIE COMMERCIALE

Notre stratégie commerciale consiste à conserver notre clientèle actuelle, conquérir la clientèle 3*, élargir nos activités (séminaires, groupes retraités, repas d'affaires, réunions familiales, ...). C'est pour cela que nous avons fait l'engagement de ne pas augmenter les tarifs de manière excessive.

En effet nos tarifs de l'hiver dernier (pour la partie neuve) n'ont augmenté en moyenne que de 18 € par chambre.

VUE D'ENSEMBLE DU PROJET



FAÇADE NORD ET SUD



FACADE OUEST

PHOTO THEQUE



Facade



Chambre



Salle de Bain



Bar



Chaufferie



Silo à Bois



Chambre



1^{er} Hôtel BioClimatique de la région Rhône-Alpes,

DOSSIER DE PRESSE



768 Route du Pernand - 74300 LES CARROZ
Téléphone : 04 50 90 00 26 - Fax : 04 50 90 00 63
Site web : <http://www.lacroixdesavoie.fr> - E-mail : info@lacroixdesavoie.fr
Établissement habilité Tourisme par arrêté préfectoral sous le n : HA.074.01.0001

