



CLUSTER MONTAGNE

LE RÉSEAU DES ACTEURS FRANÇAIS DE L'AMÉNAGEMENT TOURISTIQUE DE LA MONTAGNE

OBJECTIFS DES RELATIONS PRESSE

ASSURER UNE VISIBILITÉ RÉGULIÈRE DANS LES MÉDIAS DU CLUSTER MONTAGNE À LA FOIS SUR LES ACTUALITÉS ET SUR DES PRISES DE PAROLE THÉMATIQUES (SAISON TOURISTIQUE, ÉVOLUTION DU MARCHÉ, ETC.)

RÉSULTATS

- PRÈS DE 300 RETOMBÉES ANNUELLES
- UNE PRÉSENCE RÉGULIÈRE DANS LA PRESSE RÉGIONALE ET NATIONALE
- DES VOYAGES DE PRESSE POUR DÉCOUVRIR LES ACTEURS ET INNOVATIONS DU TERRITOIRE
- DES EXPERTISES RECONNUES



🏠 > Territoire

Sobriété énergétique : « Les évolutions technologiques seules ne suffiront pas » (Cluster Montagne) (3/3)

DOSSIER. Alors que les entreprises ont été directement ciblées par le plan de sobriété énergétique du gouvernement, les équipementiers du secteur de la montagne sont concernés à plus d'un titre : ils doivent bien entendu réduire leurs propres consommations, mais aussi imaginer dès aujourd'hui des solutions à fournir aux stations de ski, engagées dans leurs propres plans de réduction. Patrick Grand'Eury, président du Cluster Montagne et directeur général de Lumiplan Montagne, rappelle les défis qui se profilent pour sa filière en matière d'éco-conception, mais aussi de changement de pratiques qui doivent ouvrir la voie à des technologies plus sobres.

Marie Lyan
07 Sept 2022, 11:00



TOURISME EN MONTAGNE

Un « Cahier des tendances » dédié aux audacieux

Pour la quatrième année, le Cluster Montagne produit un « Cahier des tendances », recueil d'analyses et de regards prospectifs vers ce qui pourrait être l'économie touristique en montagne.

— RAPHAËL SANDRAZ

C'est dans l'amphithéâtre de la cuisine régionale du Crédit agricole des Savoies (CADS), partenaire de l'édition depuis sa création, que le président du Cluster Montagne, Patrick Grand'Eury, a présenté, mardi 8 novembre, le nouvel



JO DE PÉKIN 2022 COCORICO DANS L'EMPIRE DU MILIEU ?

Du 4 au 20 février 2022, la Chine accueillera la 24^e édition des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver. Depuis l'officialisation de l'attribution de ces Jeux en 2015, la Chine a entrepris de grands travaux, avec l'objectif à court terme d'être à la hauteur de cet événement, et celui à long terme de développer durablement les sports d'hiver dans le pays. En 10 ans, la Chine est devenue le troisième marché mondial en termes de skieurs. Un marché que les spécialistes internationaux de la montagne ont tenté d'intégrer, à commencer par les Français. Tant bien que mal : il a fallu composer avec les spécificités de ces sites olympiques situés à proximité de la capitale, avec les codes et les coutumes de l'empire du Milieu et une féroce concurrence étrangère. À la veille de la compétition, nous faisons le bilan des opérations pour les acteurs français.