

BARBIER Mathieu

Directeur

Saint-Gervais Mont-Blanc Tourisme

Publié le 16 février 2026

Prise de fonction : 1 janvier 2026



Passionné de montagne et de plein air, Mathieu Barbier dirige l’office de tourisme de Saint-Gervais Montblanc, un village de montagne atypique et vivant toute l’année. Dans le prolongement de la politique menée depuis plus de vingt ans par le maire Jean-Marc Peilleux, il axe son action sur la diversification, la mobilité décarbonée et la qualité de vie des habitants.

Son job : directeur de l’office de tourisme de Saint-Gervais Mont-Blanc, qui couvre l’ensemble de la commune de Saint-Gervais, composée de plusieurs villages : le bourg de Saint-Gervais, Saint-Nicolas-de-Véroce, Le Fayet (porte d’entrée ferroviaire) et le Bettex (front de neige), avec la particularité de présenter l’un des plus importants dénivelés d’Europe, de la vallée (500 m) à plus de 4 000 mètres au sommet. La commune compte près de 5 900 habitants à l’année et atteint environ 28 000 personnes en saison. L’office emploie une dizaine de permanents, complétés par des saisonniers à l’accueil, et concentre son action sur la promotion, l’information et l’animation. Sous l’impulsion de la municipalité de Jean-Marc Peilleux, en place depuis vingt-cinq ans, la destination s’est dotée d’une série d’équipements structurants : diversification des équipements sportifs (piscine, patinoire, bike-park, pumptrack, itinéraires VTT dont la “Vallenne”, falaises d’escalade, salle “Le Topo”), montée en puissance de l’offre culturelle (Maison forte de Hautetour, projets d’art contemporain, biennale Artocène), développement de l’accessibilité (ascenseur des Thermes, télécabine urbaine, gare ferroviaire desservie par TGV et trains régionaux) et renforcement de la vocation thermale et bien-être avec les Thermes et les Bains du Mont-Blanc.

Sa formation : Master II Digital Business - Paris School of Business. Diplômé de la Macromedia University of Applied Sciences, Berlin (Allemagne).

Son profil : marketing et communication digitale, stratégie de marque, data et CRM, gestion de projets, spécialiste des enjeux de transition touristique, de mobilité et de diversification en montagne, avec une forte culture des pratiques outdoor.

Son parcours : après ses études, Mathieu Barbier débute sa carrière à Annecy, chez Looking for Wild en tant que responsable commercial avant de bifurquer vers l’univers digital. Il rejoint ainsi l’entreprise e-commerce Hardloop en 2020 comme chargé emailing et animation commerciale dans l’univers des équipements de sports de plein air. Il y reste environ six mois, mais constate qu’il passe tous ses week-ends dans la vallée de l’Arve et autour du Mont-Blanc. Attaché au territoire de Saint-Gervais, où il vient depuis tout petit, il se met en quête d’un poste au plus près de la montagne. Il repère alors une offre de chargé de communication digitale à Saint-Gervais Mont-Blanc Tourisme, qu’il rejoint en 2021 pour prendre en charge le site internet, l’application mobile, le marketing digital, l’emailing et l’analyse de données. En quatre ans, il se construit une connaissance fine de la destination, de ses acteurs et de ses publics.

Le contexte de sa promotion : Mathieu Barbier succède à Didier Joseph, qui a été directeur de l'office de tourisme de Saint-Gervais Mont-Blanc durant treize ans avant de partir à la retraite. Les élus cherchaient un profil capable d'assurer la continuité tout en accompagnant la nouvelle phase de cette stratégie : consolidation des quatre saisons, poursuite des investissements (mobilité décarbonée, équipements sportifs et culturels) et renforcement de la cohérence entre vie locale et attractivité touristique. Son recrutement en interne répondait à cette logique : bénéficier d'un directeur qui connaît déjà les équipes, les projets, les partenaires et les équilibres locaux. Une connaissance préalable qui simplifie grandement la transition.

Pourquoi c'est lui : La formation de Mathieu Barbier, son expérience en marketing digital, son passage par l'e-commerce outdoor, sa capacité à travailler la data et les nouveaux outils, ainsi que son aisance dans le dialogue avec les socio-professionnels ont été autant d'atouts pour sa candidature. Ce passionné de montagne, de sports et d'activités de plein air, séduit autant par ses compétences techniques que par son attachement au territoire et à sa capacité à en parler de l'intérieur, en cohérence avec la vision portée par le maire et le conseil municipal.

Sa feuille de route : la priorité de Mathieu Barbier est de contribuer, dans le cadre fixé par les élus, à un développement du tourisme à l'année et à une meilleure intégration entre vie locale et fréquentation touristique. Il insiste sur l'idée de ne plus raisonner en « vacances d'hiver » et « vacances d'été » d'un côté, habitants de l'autre, mais de tendre vers une destination où, au printemps comme à l'automne, vacanciers et résidents partagent un même cadre de vie. « L'enjeu, c'est d'arrêter d'opposer habitants et touristes, et de faire en sorte que tout le monde vive bien ici, quelle que soit la saison », résume-t-il. Cette orientation s'inscrit pleinement dans la stratégie municipale engagée depuis 2001, qui fait de la diversification un pilier de résilience face au changement climatique, à l'évolution des attentes (authenticité, bien-être, nature, patrimoine, destination coresponsable) et à la concurrence entre stations.

Concrètement, l'office de tourisme accompagne la politique communale de diversification en valorisant les atouts construits sous l'égide de Jean-Marc Peillex : villages vivants toute l'année, patrimoine naturel et culturel remarquable (présence du Mont-Blanc sur la commune, églises et chapelles baroques, maisons fortes, projets d'art contemporain, alpages et agrotourisme), montée en puissance des activités quatre saisons (randonnée, VTT, via ferrata, escalade, salle d'escalade « Le Topo », équipements sportifs variés) et renforcement de la vocation thermale et bien-être. « Saint-Gervais, ce n'est pas qu'une station de ski, c'est d'abord un village de montagne avec une vie à l'année et une offre qui dépasse largement la neige », insiste-t-il. Depuis 2017, les nuitées d'été ont ainsi progressé d'environ 30%, passant d'un peu plus de 300 000 à près de 400 000 en 2025, ce qui illustre le lissage progressif de la saisonnalité.

La stratégie de clientèle repose sur un recentrage volontaire sur les clientèles de proximité et européennes accessibles en train : clientèle française, suisse, italienne, Benelux, pays d'Europe de l'Est, plutôt que les longs courriers. Mathieu Barbier rappelle que les principaux « clients » sont les Français et les habitants de Saint-Gervais eux-mêmes, dans la droite ligne d'une politique municipale qui part des besoins des résidents pour dimensionner ensuite les services pour les vacanciers. « On ne fait jamais quelque chose uniquement "pour les touristes" : si cela ne sert pas d'abord les habitants, ce n'est pas le bon projet », explique-t-il. Cette approche, appliquée depuis plus de vingt ans sur les équipements et les activités, a permis de maintenir un habitat à l'année et une vie de village forte, ce qui renforce la qualité d'expérience des visiteurs. Sur le plan de la capacité d'accueil, la commune dispose de près de 29 000 lits touristiques, dont 41% de lits marchands professionnels (11 782) et 59% de « lits froids » (résidences secondaires), avec une progression marquée des lits professionnels entre 2019 et 2025, ce qui traduit un effort de

professionnalisation de l'offre.

L'accessibilité constitue un autre axe majeur, en cohérence avec les investissements portés par la municipalité en matière de mobilité décarbonée. Longtemps pénalisée par un « dernier kilomètre » difficile entre la gare du Fayet et le bourg, la commune a transformé la donne avec l'ascenseur des Thermes (entre parc thermal et bourg) et la télécabine urbaine « Le Vallen », mise en service en 2024, qui relie la gare et le centre de Saint-Gervais toute l'année, 7 jours sur 7. Ces équipements, complétés par des navettes électriques vers les hameaux et équipements sportifs, facilitent la venue sans voiture (train + remontées) et améliorent le cadre de vie des habitants comme l'expérience des visiteurs. « Pour beaucoup de gens, venir à la montagne sans voiture, c'était compliqué ; notre rôle, c'est de montrer qu'à Saint-Gervais, c'est désormais possible et confortable », souligne-t-il. L'office de tourisme intègre progressivement ces atouts dans ses campagnes de communication, ses actions de promotion et ses relations presse, pour positionner Saint-Gervais comme une destination de montagne accessible en toutes saisons, pour le ski comme pour la randonnée, le bien-être ou la déconnexion.

Dans ce cadre, la fidélisation reste un enjeu important : la station compte de nombreux habitués, parfois depuis plusieurs décennies, que l'office considère presque comme des « ambassadeurs ». En parallèle, des enquêtes de satisfaction et une attention soutenue à la qualité d'accueil et de service, en lien étroit avec les socio-professionnels, constituent des leviers de fidélité. Les labels viennent renforcer ce positionnement : office de tourisme classé, démarche Destination d'Excellence (nouveau label national), label Accueil Vélo, labellisation Toutourisme en cours de finalisation, et label Flocon Vert (2 flocons) reconduit, obtenu dès le premier passage au niveau 2. Pour Mathieu Barbier, Flocon Vert est autant une reconnaissance qu'un outil : « Ce label nous oblige, dans le bon sens du terme : il nous donne un cadre, une grille de lecture pour continuer à faire évoluer la station vers un tourisme plus durable, sans perdre ce qui fait notre identité. ».

Son N+1 : Jean-Marc Peillex, président de l'office de tourisme Saint-Gervais Mont-Blanc et maire de Saint-Gervais. L'office travaille au quotidien avec lui, le conseil municipal et les socio-professionnels, dans une logique de co-construction des projets.

Sa bio express : 29 ans.

Ce que l'on dit de lui : Mathieu Barbier est doté d'une belle énergie, d'une détermination et d'une maturité malgré son jeune âge. Entré très tôt dans la vie professionnelle, il a su atteindre rapidement son objectif de vivre et travailler en montagne, tout en assumant désormais une fonction de direction dans un contexte exigeant. Il est apprécié pour sa capacité à articuler vision stratégique, culture digitale et proximité avec les équipes, en s'inscrivant dans la continuité des politiques menées par la municipalité.

Ce qu'on ne sait pas de lui : en dehors de son travail, Mathieu Barbier consacre l'essentiel de son temps libre à la montagne et à la nature. Il pratique la randonnée, l'alpinisme, le bivouac, le ski, et apprécie autant les pratiques sportives que la simple observation de la forêt, des animaux et des saisons. Il se décrit comme profondément attaché à toutes les activités de plein air. Pour lui, continuer à profiter de la montagne est à la fois une nécessité pour son équilibre personnel et un atout professionnel : cette immersion permanente lui permet de mieux comprendre les enjeux de surfréquentation, de préservation des milieux et de diversification des pratiques, en phase avec le projet de territoire porté par la commune.