

TOURISME

La montagne a transformé l'été

En deux ans de Covid, les stations ont vu l'activité des hébergements marchands gagner 10 % en été. Loin de compenser la perte de l'hiver, ce rebond estival permet d'identifier des pistes d'avenir pour un modèle estival qui reste à consolider.

On s'attendait à un carton plein. Début juillet, avant l'arrivée inopinée du pass sanitaire et des nuages, les réservations s'affichaient en hausse de 25 % par rapport à un cru 2020 record. Et puis la donne a changé, stoppant net les clientèles de dernière minute et ramenant le succès à de plus modestes proportions.

La météo a refoulé les excursionnistes à la journée, mais limité les soucis de surfréquentation dans les parcs. Et peut-être refroidi les résidents secondaires, qui pèsent 40 % de l'activité des massifs.

Ce jeudi 2 septembre, au Grand Bornand, lors du Mountain Débrief, organisé par l'Union Sport & Cycle, le syndicat des équipementiers et des magasins, on a commenté les nuances de ce deuxième été de croissance qui a plus profité à la moyenne montagne qu'aux stations d'altitude.

Si les massifs n'ont pas attendu la Covid et les injonctions de l'État pour diversifier leur offre, la tendance s'accélère. Porteuse d'espoir, elle montre aussi des limites. Pour Patrick Provost, de Saint-François Longchamp, en charge de l'observatoire de l'association des maires de stations (ANMSM), cette croissance est bonne pour

l'image. Mais au-delà du bilan quantitatif, «quelle est la satisfaction réelle de la clientèle?», interpelle une figure de Val d'Isère.

Ces touristes reviendront-ils ? En l'absence d'indicateurs, Michael Ruyschaert, directeur de l'agence Savoie Mont-Blanc cite une étude montrant que l'été est la saison qui vient le premier à l'esprit des Français novices pour découvrir la montagne. Mais à quel prix ?

Quelle rentabilité ?

Pour les professionnels, la question de la rentabilité est essentielle. François Gauthier, au syndicat hôtelier GNI vante l'événementiel « créateur de valeur » à l'image de l'UTMB ou du festival au Bonheur des mêmes au Grand Bornand. Mais aussi l'apport des clientèles à forte valeur ajoutée, sur du séjour, et notamment les marchés fanas de montagne (USA, Corée, Japon, Israël...) aux ailes de saison. « Des pays où on la pratique à l'année depuis longtemps ». Car à l'évidence, le panier moyen de consommation n'a rien à voir avec celui de l'hiver. Cet été, les hôteliers ont cassé les prix pour séduire une clientèle très bleu blanc rouge. Et certains commerces de stations très typées ski s'interrogent encore sur l'opportunité d'ouvrir en été.

Pour attirer, il faut innover. Du côté de l'Union sport et cycle, on voit que l'été commence à prendre plus de place. Il ne pesait que 15 % des recettes avant le Covid. Après une saison 2021 historique, les magasins ont con-



Le 27 mai dernier, le Premier ministre en pâmoison devant les VTT électriques, facteur de développement du tourisme estival en station. Photo Le DL /Thierry GUILLOT

nu une légère hausse. Le développement du VTT à assistance électrique a démocratisé le vélo, relançant la pratique musculaire. Et la location pour les nouvelles activités ludiques (trottinettes).

Du côté du syndicat des moniteurs cyclistes (MCF), dont les 52 écoles sont désormais ouvertes à l'année, Julien Rebuffet, le directeur, témoigne de facteurs de succès, attirant un public à plus fort pouvoir d'achat. Avec une difficulté à répondre à la demande, vu les stocks. « Il faut 700 jours de délai pour être livrés en ce moment. »

Dans le modèle estival, l'interdépendance entre acteurs

est encore plus fort. Toutefois, les accompagnateurs en montagne qui ont toujours travaillé à l'année, raquettes l'hiver et trek aux belles saisons. Mais connaissent un coup d'arrêt dès que les commerces ferment. La montagne l'été ne fera pas l'économie d'une stratégie collective.

Antoine CHANDELLIER

L'été 2021 en chiffres :

- + 7,3 % d'occupation des lits marchands au niveau national.
- + 5,4 % dans les Alpes du nord.
- +4,6 % dans les Alpes du sud.

Ces équipements été/hiver créateurs de valeur

L'un concerne la mobilité, point noir du bilan carbone en montagne. L'autre, la diversification.

Depuis décembre 2020, en Isère, à 45 minutes de Grenoble, l'Eau d'Olle express, premier ascenseur valléen nouvelle génération, relie Allemont (730 m) à Oz-en-Oisans et au domaine de l'Alpe d'Huez en huit minutes. Une infrastructure à 18 millions, financée par l'industrie hydroélectrique.

Alternative à la route pour les habitants et touristes, cette télécabine s'avère attractive pour les loisirs. Elle a transporté les vététistes (un tiers des passagers) et

dessert la piscine et les commerces en aval, de 8 à 18h 30. « Et pourrait fonctionner le soir », indique Claude Gardet, directeur de la SPL Oz Vaujany.

L'appareil qui remplace désormais les navettes routières gratuites, aurait stimulé la fréquentation cet été sur le domaine (+50 % de recettes). Et la station a vu son remplissage augmenter de 10 %.

Côté activités, l'expérience conduite aux Gets dans les Portes du soleil (Haute-Savoie) est édifiante. Alta Lumina, ce parcours nocturne « enchanté » d'1 km en forêt, alliant son et lumière et interactivité se démarque de la

très convenue tyrolienne ou de la classique luge sur rails. « Avec 250 jours d'ouvertures par an, tous les week-ends hors saison, l'effet waouh est au rendez-vous », selon Benjamin Mugnier directeur marketing de la Sagets. Et les retombées avec : 60 % des visiteurs sont montés aux Gets pour vivre cette expérience hautement « instagrammable », 11 % ont réservé une nuit sur place et 37 % ont consommé. Un hôtel traditionnellement fermé à Toussaint a rouvert sur la période. Le petit coup de baguette magique pour faire entrer la station dans une nouvelle ère ?

« Le plan montagne manque de souffle »

En matière de diversification 4 saisons, il est un territoire précurseur ! les Hautes-Alpes, le plus bio de France, réalisant la moitié de son activité l'été. Il n'avait jamais accueilli autant de visiteurs à l'été 2020. Il fait presque aussi bien cet été, les rives du lac de Serre Ponçon en première ligne. Mais pour Yvan Chaix, directeur de l'agence départementale touristique haut-alpine, il faut arrêter de confondre diversification et transition. « Cela fait des années que l'on diversifie. » Et de s'en prendre aux injonctions qui selon lui véhiculent des idées fausses. Notamment de la part de l'Etat. « Le Plan avenir montagnes manque de souffle, au regard des grandes politiques années 60, qui ont structuré la vie dans nos montagnes : le plan neige, les parcs nationaux ou les grands barrages. Il aurait pu aller plus loin, ne serait-ce que sur les infrastructures. Où est le ferroviaire ? »

« On n'est pas des monstres »

Et de déplorer que les élus de montagne ne soient pas davantage entendus dans un contexte de « stations bashing » : « C'est un camouflet pour nous. Des états généraux de la transition en montagne ont lieu, fin septembre, et ils sont organisés par deux associations militantes (Mountain Wilderness). Va-t-on interdire l'accès à la nature pour la protéger ? » Si l'association des maires et domaines skiables de France se sont associés à l'événement, Jean-Luc Boch, président de l'ANMSM, reste vigilant quant à l'équilibre dans le débat sur la montagne aménagée. « Elle ne pèse que 2 % du territoire. Il y en a marre d'être obligé de valoriser ce qu'on fait pour l'environnement. On n'est pas des monstres. »

A.Ch

A.Ch