



MONTAGNE : UN ÉTÉ ATYPIQUE

HÉLÈNE VERMARE



AVEC JUILLET QUI PLEURE ET AOÛT QUI RIT, LA FRÉQUENTATION ESTIVALE 2024 DEVRAIT S'AVÉRER

« CORRECTE » EN MONTAGNE DANS LES PAYS DE SAVOIE ET DANS L'AIN. MAIS MALGRÉ LES EFFORTS DE DIVERSIFICATION, CETTE FRÉQUENTATION PEINE TOUTEFOIS À DÉCOLLER DANS LE TEMPS, ET 2023 RESTE TOUJOURS L'ANNÉE RECORD.

D' un massif à l'autre, l'écho résonne sensiblement de la même manière en ce début septembre, dans les Pays de Savoie comme dans l'Ain. Même s'il est encore trop tôt pour tirer un bilan précis de la saison touristique estivale en montagne, juillet a été marqué par une baisse de la fréquentation par rapport à 2023, et août par une hausse. Au bout du compte, cela devrait donc se traduire par « un été correct », estime Carole Duverney, responsable de l'observatoire de L'Agence Savoie Mont-Blanc.

Dans le détail : « En juillet, avec un taux d'occupation (TO) des hébergements marchands de 53 % pour les stations villages et de 48 % pour celles situées en altitude, les secteurs de montagne voient leur

fréquentation diminuer par rapport à celle de juillet 2023 de 3 points pour les premières et de 4 points pour les secondes en Savoie et Haute-Savoie », relève notre interlocutrice.

REPORT DE JUILLET SUR AOÛT

Dès le 10 août, en revanche, soit à partir de la fin des Jeux olympiques, la fréquentation progresse. « Août est venu compenser la baisse avec, en montagne, un TO de 67 % et une nette progression de 4 points par rapport à août 2023, avec 70 % de TO pour les stations villages (+4 points) et 64 % pour les stations d'altitude (+3). » Sur le terrain, les témoignages confortent le caractère atypique de cet été. Ainsi, La Rosière maintient un taux de remplissage à 50 %, avec juillet assez défavorable



À Chamonix, la Compagnie des guides s'efforce de « redonner du sens » à l'ascension du mont Blanc et à proposer d'autres expériences à ses clients.

compensé par août plébiscité jusqu'au bout.

À Sainte-Foy-Tarentaise, les semaines des 17 et 24 août, certes

moins chères, enregistrent une hausse de ce même taux respectivement de six et presque dix points à 74, 3 % et 66, 8 % après un juillet et un début août déficitaires. À Valloire, malgré juillet également en retrait, le chiffre d'affaires de la Sem gagne quelque 3 %.

Quant à Val d'Isère, le nombre de nuitées progresse de 2 % à 195 000, dont 40 % sur juillet et 60 % sur août (contre 50/50 en 2023). Même constat dans les Monts Jura (Lelex, Mijoux, Chézery-Forens), avec « juillet mitigé et août bien meilleur », selon le président de l'office de tourisme, Claude Grosgrin.

Et la Haute-Savoie emboîte ce même pas. À Megève, le fort retard de fréquentation des quinze premiers jours de juillet a été compensé par un mois d'août tenant ses promesses, avec un taux d'occupation moyen des lits marchands de 62 % et de bons taux de réservation jusqu'à mi-septembre, selon la directrice de l'office de tourisme, Caroline Denat : « La montée en charge des réservations sur août s'est faite de façon progressive. Les fortes chaleurs en plaine boostant celles de dernière minute. »

Au Grand-Bornand, le taux d'occupation devrait même réussir à grimper de 5 % entre le 15 juin et le 15 septembre par rapport à 2023, malgré un début de saison tardif ici aussi.

Et nos interlocuteurs d'évoquer, parmi les raisons potentielles de ce démarrage poussif, le pouvoir d'achat, la météo,

Haute montagne : un bel été

Les importantes chutes de neige en fin de saison d'hiver 2023-2024 ont assuré de bonnes conditions pour la pratique de la haute montagne et des courses de neige cet été, reconnaissent Didier Tiberghien, codirecteur de la Compagnie des guides de Chamonix, et Olivier Begain, président de la Compagnie des guides de Saint-Gervais-Mont-Blanc–Contamines-Montjoie (qui a fêté ses 160 ans cette année).

« L'ensemble de nos activités a bien fonctionné, avec toujours un fort attrait pour celles organisées sur plusieurs jours.

Nous avons par ailleurs constaté une hausse de fréquentation d'une clientèle venue de l'Europe élargie. Le tour du mont Blanc reste notre séjour phare côté randonnée, dont il représente presque 80 %. C'est, il est vrai, l'un des plus beaux treks des Alpes », détaille Didier Tiberghien. *« Côté alpinisme, la locomotive est aujourd'hui notre offre de stages focalisés sur l'aventure en montagne et mise en place, depuis 2018, dans le cadre de notre politique de diversification pour être moins dépendants du mont Blanc.*

Elle répond à une nouvelle attente de la clientèle, qui n'est pas forcément focalisée sur l'ascension d'un sommet. »

Et le toit de l'Europe, justement ?
« Nous souhaitons garder une dépendance maîtrisée au mont Blanc qui n'est plus, pour nous, le nerf de la guerre. Il représente aujourd'hui 30 % de l'activité alpinisme de la compagnie, contre (jusqu'à) 60 % avant 2018. Nous

avons progressivement abaissé le quota de clients que nous emmenons au sommet : 500 personnes en moyenne avant 2018, 350 entre 2018 et 2021, 280 en 2022, moins de 220 aujourd'hui. Au-delà de l'impact du changement climatique et de conditions sur lesquelles nous n'avons pas la main, nous voulons aussi freiner l'approche consumériste, (re)donner du sens à cette ascension. Nous avons par ailleurs rendu obligatoires deux jours d'initiation ou perfectionnement au cramponnage avant l'inscription à l'ascension proprement dite, proposée sur cinq jours, car nous nous adressons souvent à une clientèle de citadins sportifs, plus habitués à évoluer en milieux aménagés », poursuit **Didier Tiberghien.**

À Saint-Gervais, le mont Blanc représente environ 60 % de l'activité (et l'accompagnement d'environ 400 à 500 personnes au sommet par an) de la Compagnie des guides. Celle-ci regroupe une soixantaine de professionnels, guides et accompagnateurs.

La compagnie chamoniarde en compte, quant à elle, 220. le contexte politique français, un effet Jeux olympiques... C'est d'ailleurs la clientèle française qui a fait défaut en Pays de Savoie en juillet, alors que les touristes étrangers, notamment ceux dits "long courrier", étaient au rendez-vous, selon L'Agence Savoie Mont-Blanc.

2023 TIENT LA CORDE
Pour autant, malgré le dynamisme de l'après-pandémie, les épisodes de canicule plus nombreux qui devraient inciter à chercher la

fraîcheur en altitude et les stratégies de diversification entreprises depuis plusieurs années, l'été, très "météo dépendant", joue globalement la stabilité en montagne : « Il représentait 34 % des nuitées annuelles en 2011 en Savoie Mont-Blanc comme... en 2022. La part de l'hiver se maintenant à 62 % et le ski restant toujours le principal moteur économique », reprend Carole Duverney.

Pour l'instant, les records de nuitées établis dans les Pays de Savoie en 2003, année de canicule sévère, n'ont d'ailleurs toujours pas été battus, malgré le sursaut post-covid, si l'on en croit les statistiques par massif établies jusqu'en 2023 par L'Agence Savoie Mont-Blanc. En Maurienne, la fréquentation s'affiche ainsi autour de 2, 7 millions de nuitées entre 2009 et 2019 (2014 exceptée, pour cause de météo maussade), comme en 2023, contre 2, 94 millions en 2003. Au Pays du Mont-Blanc, elle évolue entre 4, 6 et 4, 8 millions de nuitées entre 2007 et 2019 (4, 9 en 2023), contre 5, 7 en 2003.



En 2023, Valloire a inauguré sa tyrolienne. Une attraction qui fonctionne en été et en hiver.

Des stratégies variées de diversification

La diversification des activités et hors du "tout hiver", avec de gros investissements hors ski, est le

deuxième axe de la stratégie de Valloire (1 430 m) validée en 2021 ; le premier restant l'entretien du domaine skiable, situé à plus de 80 % au-dessus de 2 000 mètres.

Après la tyrolienne été-hiver inaugurée en 2023, « nous amorçons la rénovation de la base de loisirs (piscine, camping, tennis et golf) et la construction d'un espace bien-être–remise en forme. Le tout moyennant quatre millions d'euros », détaille Jean-Marie Martin, PDG de la société d'économie mixte chargée de la gestion du domaine skiable et de la base de loisirs (en délégation de service public pour le compte de la mairie).

Prévue également, moyennant 3 M€, une refonte de l'offre VTT-VTTAE, qui sera pensée pour « faciliter la progression des utilisateurs » et orientée « expérience client et paysages ». L'objectif ? « Répondre à une attente des usagers et proposer une offre en adéquation avec l'image de marque du produit Valloire, où l'été représente déjà 30 % de l'activité économique de l'écosystème. »

Aux Gets aussi, le plan pluriannuel de diversification prévoit notamment, dès l'été 2025, un parcours accrobranche près de l'espace de loisirs du lac des Écoles, mais aussi des aménagements sur le plateau du mont Chéry, à 1 500 mètres d'altitude, avec des activités pour « surprendre et se différencier », précise Benjamin Mugnier, directeur de SoleGets, qui n'en dévoilera pas davantage.

Et Val d'Isère, qui constate une

vraie appétence pour l'été, selon le directeur de l'office de tourisme, Christophe Lavaut, y voit un nouveau potentiel. La station, qui offre l'accès aux remontées mécaniques aux piétons, a notamment lancé la carte Val Pass permettant de profiter de 25 activités en illimité, il y a deux ans, investi 500 000 euros autour du vélo à assistance électrique, et capitalise sur sa clientèle hivernale pour l'inciter à venir aussi en été.

En dehors des activités sportives, il est une autre carte de plus en plus jouée par les stations pour faire venir le public : la culture. Sainte-Foy-Tarentaise a ainsi lancé, les 18 et 19 août, son premier festival de musique (rock, pop, jazz...) sur deux scènes : le plateau de Plan Bois, à 1 770 m, et la station.

« Nous avons vendu 2 000 billets et les retours sont très positifs », témoigne Élise Gentil, directrice de l'office de tourisme.

“ En Savoie Mont-Blanc, le ski reste le principal moteur économique ”
Carole Duverney (L'Agence Savoie Mont-Blanc)

« Bien que nous puissions encore doubler notre capacité d'accueil, ce chiffre était notre objectif pour une gestion sereine de cette première édition. L'an prochain, nous prévoyons de proposer des forfaits incluant l'hébergement et le festival. »



Au col de la Faucille, un minigolf a été aménagé dès les années 80.

“ Avoir une pédagogie adaptée au grand public et une offre diversifiée ”
Willy Fux (Moving Minds)

Et, dans le Grand Massif, entre 1, 4 et 1, 5 million de nuitées entre 2011 et 2019 (1, 5 en 2023), contre 1, 7 en 2003.

Quant à la Tarentaise, elle oscille entre 3, 7 et 3, 8 millions de nuitées entre 2013 et 2019 (2014 exceptée), contre 4, 8 en 2003. Ce dernier territoire atteint toutefois 4 millions de nuitées en 2023 (+5 % par rapport à 2019 et un record depuis 2007).

« La montagne estivale a enregistré une baisse très forte d'attractivité dans les années 80-90, avant de se stabiliser et de remonter doucement. Les efforts entrepris sont réels, mais encore insuffisants pour produire pleinement leurs effets », souligne Willy Fux, consultant en études marketing, dirigeant de Moving Minds (Chambéry). Notons que la nombreuse clientèle présente dans les vallées en été, notamment au bord des lacs, n'hésite pas à s'échapper à la journée en altitude et n'est pas forcément comptabilisée.

S'ADAPTER AU GRAND PUBLIC

Willy Fux reconnaît toutefois que la communication, notamment, doit encore évoluer : « En France, nous avons tendance à mettre en marché

la montagne pour les connaisseurs. Or, il faut penser autrement, avoir une pédagogie adaptée au grand public, une offre qui va bien, diversifiée et facile dans sa pratique comme dans sa compréhension. »

Un positionnement de niche, comme à Tignes, peut porter ses fruits selon lui. « La station a créé une offre très riche pour vacanciers actifs, concentrée autour de son lac, dans une ambiance un peu urbaine, L'Ain joue une partition multisaison

Au col de la Faucille (1 320 m) comme sur le plateau d'Hauteville (850 à 1 200 m), dans l'Ain, la mutation vers le quatre-saisons est une vieille histoire. « Dans les années 80, nous avons construit un minigolf, puis une première luge d'été dans les années 90 », rappelle Claude Grosgrin, président de l'office de tourisme Pays de Gex-Monts-Jura. Ont suivi : une luge sur rail (2008), une tyrolienne (2020), un parcours thématique, les rénovations de l'accrobranche et du minigolf, et, cette année, un bike park (9 pistes à Crozet)... Des investissements pensés pour l'été mais aussi, pour certains, pour l'hiver en cas de manque de neige.

Et aux commandes, un seul gestionnaire, le Syndicat mixte des Monts-Jura, « ce qui nous permet de proposer des packs d'activités à la journée », note Guillaume Thibault, son directeur opérationnel. Ajoutons, en 2024, une adhésion au Magic Pass, forfait regroupant 80 stations suisses et françaises (dont 37 proposent des activités de remontées mécaniques l'été) et, à la clé, une fréquentation en hausse : « Nous enregistrons une croissance de 10 % des passages au

télécombi du Mont-Rond, cet été. Et notre chiffre d'affaires global devrait gagner 13 à 15 % sur la saison par rapport à 2023. »

Le bike park ouvre par ailleurs en mai-juin ; période où les stations alpines sont encore souvent enneigées. « Nous avons ainsi plus que doublé notre activité sur le VTT avec, entre autres, un nombre de passages à la télécabine du Fierney (Crozet) de 16 500, dont 9 100 de vététistes là où nous en avions 2 000 en 2023 avec 49 jours d'ouverture (du 18 mai au 15 septembre, vendredi, samedi et dimanche) contre 22 (juillet-août, week-end seulement). »

Sur le plateau d'Hauteville aussi, l'avant-saison profite, pour les mêmes raisons, au bike park de Cormaranche-en-Bugey (13 pistes). Mais le site a d'autres atouts dans son jeu. Lui, qui doit historiquement sa renommée à son air pur et vivifiant et qui a d'ailleurs vu la création du premier sanatorium populaire en France en 1900, mise aujourd'hui sur le sport santé et l'inclusion. « Nous avons cette tradition de bien-être et cherchons à accentuer ce positionnement », note Valérie Joly, responsable du pôle « sports et tourisme » à Haut-Bugey Agglomération.

Cette orientation s'est notamment illustrée, cette année, par l'implantation, au camping Les 12 Cols, de 12 habitations légères à même d'accueillir des personnes en situation de handicap.

Le territoire cherche aussi à équilibrer son offre estivale. Si le site de La Praille est privilégié

pour des balades ressourçantes, celui de Terres Rondes – où un bâtiment d'accueil quatre-saisons est en cours de construction – est davantage orienté vers des activités plus fun, avec Dévalkart, accrobranche (le premier parc de France à proposer un handiparcours), tubing... « Sur ce site, nous accueillons plus de monde en été qu'en hiver. Le chiffre d'affaires est supérieur en période estivale », a d'ailleurs précisé, en juin, Philippe Emin, maire de Plateau d'Hauteville, lors du démarrage des travaux d'un nouveau guichet touristique. très « place de village », mais en altitude », poursuit-il. Et puis, bien sûr, toutes les stations ne sont pas logées à la même enseigne. « Nous sommes historiquement atypiques avec 38 à 40 % de nos nuitées réalisées en dehors de la saison d'hiver depuis des années », confirme Isabelle Pochat-Cottilloux, directrice de l'office de tourisme du Grand-Bornand, station qui, au-delà des atouts d'un village de moyenne altitude (1 000 m) à l'architecture typique, animé toute l'année, s'appuie aussi sur une politique événementielle musclée. En témoigne le désormais célèbre festival Au Bonheur des mômes. Lancé il y a trente-deux ans pour étirer la saison au-delà du 15 août et gagner en notoriété, il est devenu une référence du spectacle vivant jeune public et assure aujourd'hui un taux de remplissage de plus de 80 % sur une période qui, « normalement », s'inscrirait plutôt entre 46 et 50 %.





Megève mise sur le tourisme d'affaires pour allonger la saison estivale grâce, entre autres, à son nouvel espace des congrès.

“ La politique événementielle est aussi un atout pour dynamiser et étirer la saison estivale.

Aux Gets, l'été, qui mise sur le VTT depuis des années, « grossit de plus en plus », constate Benjamin Mugnier, directeur de SoleGets, domaine skiable et de loisirs de la station : « Les remontées mécaniques réalisent 17 % de leur chiffre d'affaires sur les 106 jours d'ouverture estivale (116 l'hiver) avec quatre remontées (27 l'hiver), contre moins de 10 % il y a dix ans. Et nous devrions enregistrer une hausse de 7 % des passages cette année. » Une fréquentation également dopée par une politique événementielle dense, avec, notamment, la coupe du monde de VTT, qui a attiré quelque 60 000 personnes les 5 et 6 juillet derniers. q

“Pousser les ailes de saison”

“Pousser les ailes de saison” avec une stratégie déployée autour du tourisme d'affaires, c'est l'orientation prise par Megève. En juin, la station village, idéalement située et facile d'accès, a inauguré un nouvel espace des congrès de

plus de 2 000 m², entièrement modulable, intégré au Palais, plus grand complexe de loisirs couvert des Alpes avec ses 30 000 m², également équipé d'un auditorium.

« Nous avons une offre hôtelière qui s'est structurée, des professionnels qui s'engagent même à ouvrir dix mois sur douze ; des prestataires qui ont aussi une culture de l'agilité... C'est une chance d'être dans un village ! Et nous sommes par ailleurs dans une montagne douce avec une offre variée et de nombreuses activités accessibles », constate Caroline Denat, directrice de l'office de tourisme.

Cette volonté gagne aussi les stations d'altitude, plus isolées des grands centres urbains, comme à Bourg-Saint-Maurice– Les Arcs. « Bourg-Saint-Maurice est une ville de montagne où l'on vit très bien à l'année, et notre territoire, situé sur trois massifs (Mont-Blanc, Beaufortain et Vanoise) dispose d'atouts incroyables », explique Laurent Chelle, maire adjoint en charge de l'économie et du tourisme et vice-président de la communauté de communes de Haute Tarentaise. « Sur Les Arcs, nous souhaitons avoir une vraie saison de trois mois l'été. Nous savons que c'est difficile pour les prestataires, aussi la collectivité avance-t-elle en ce sens avec, pour la première fois cette année, l'ouverture tous les jours, de mi-juin à mi-septembre, du funiculaire qui rejoint la station, et le maintien de navettes sur place. D'ores et déjà, piscine et golf jouent les prolongations. Le funiculaire

permet également l'accès à une bonne partie du bike park, ce qui dynamise sa fréquentation. Nous maintenons par ailleurs jusqu'à mi-octobre les liaisons entre Bourg-Saint-Maurice et la vallée des Chapieux, autre site touristique majeur de notre territoire. »

Et Laurent Chelle d'ajouter : « La mobilité est importante car nous pensons que les intersaisons doivent être portées avant tout par les habitants résidant dans un rayon de 200 km.

Nous travaillons avec la Région sur le sujet et finalisons par ailleurs, actuellement, notre pôle d'échanges multimodal. »

Étirer la saison en Haute Tarentaise ? C'est aussi l'objectif du Xplore Alpes Festival qui, depuis 2021, célèbre la montagne via des films, des causeries et des animations, fin octobre, et génère « une bonne dynamique sur cette semaine, même si les retombées restent encore faibles ». Les projections, par exemple, ont enregistré près de 2 100 entrées en 2023 (+13, 7 %). ■