



**ECO**  
SAVOIE MONT BLANC  
Hebdomadaire économique

3,90 € - N°06 DU 9 AU 14 FÉVRIER 2018 - ÉDITION 73

 [eco-savoie-mont-blanc.com](http://eco-savoie-mont-blanc.com)



**RENDEZ-VOUS  
TOURISME**  
K2 Collections  
accélère ses  
développements

**FINANCES**  
La Savoie consolide  
son budget

# LES ALPES SE DÉVELOPPENT EN ASIE

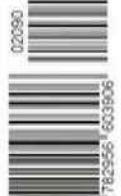


► **EN SUPPLÉMENT**  
**EXCEPTIONNEL  
HORS SERIE DÉCO**  
Un best of pour retrouver les plus belles maisons  
visitées par la rédaction d'Activmag : chalet, loft, ferme...  
Quelle serait la vôtre ?

148<sup>e</sup> ANNÉE

37829566-H-N°06-3,90€

020390



3 782956 603906

LE RENDEZ-VOUS TOURISME  
DOSSIER

# La montagne française doit remonter la pente

**COMPÉTITIVITÉ. RELÉGUÉE AU 3<sup>e</sup> RANG MONDIAL DES DESTINATIONS SKI, ELLE DOIT SE RENOUVELER ET ÊTRE PLUS OFFENSIVE POUR VAINCRE SES RIVALES.**

Le constat est douloureux et inquiétant. La montagne française perd de son attractivité et, plus dramatique encore, des parts de marché. Si elle a longtemps affiché haut et fort son leadership, envie de tous pour son domaine skiable – le plus grand au monde –, elle a fini par chuter, supplantée par les États-Unis, puis par l'Autriche l'hiver dernier. Dans un contexte concurrentiel toujours plus accru, le nombre de journées-skieur a reculé de 1,5%. « Ne nous y trompons pas, l'enjeu est européen avant d'être mondial », souligne Laurent Reynaud, délégué général de Domaines skiables de France, citant comme autres rivales l'Italie et la Suisse. Il y a urgence. Si les stations de ski veulent rester dans la compétition, elles doivent relever trois défis majeurs : l'adaptation au manque de neige, la rénovation des lits froids et le renouvellement des clientèles.

Après une prise de conscience à 360 degrés, les acteurs de la montagne multiplient les actions. Premier challenge,

assurer l'enneigement des domaines skiables. Le cheval de bataille des stations... même si cet hiver, elles croulent littéralement sous la neige après trois Noël compliqués qui ont marqué les esprits.

## GARANTIR L'ENNEIGEMENT

C'est aussi celui de la région Auvergne-Rhône-Alpes qui a débloqué 33 millions d'euros, dans le cadre de son plan neige (l'acte I du plan montagne) lancé en mai 2016, pour augmenter la production de neige de culture et rattraper le retard de la France. Et le flot de financements n'est pas près de se tarir. Les ambitions de Laurent Wauquiez sont claires : « Atteindre le niveau de la Suisse, qui affiche un taux de couverture de 48%, avant la fin du mandat », a martelé le président de la Région, de passage à Notre-Dame-de-Bellecombe où il a présenté en janvier l'acte II de son plan.

En parallèle, et parce que l'enjeu est réel, les domaines skiables s'équipent. La Compagnie des Alpes a investi cet hiver 95 millions d'euros dans les remontées mécaniques et la neige de culture... et l'hiver prochain, elle en investira cinq de plus, avec en filigrane la signature d'un

## L'ACCÈS AUX STATIONS

Il fait partie des dossiers "brûlants", notamment en direction de la Tarentaise, où une seule route (la RN90) dessert quelque 450 000 lits touristiques. « Nous n'aurons jamais une 2 x 3 voies pour nous y rendre, mais des aménagements sont nécessaires », soutient Vincent Roland, coprésident de Savoie Mont Blanc tourisme et député de Savoie. Parmi les solutions évoquées, le report de certaines arrivées le dimanche au lieu du samedi et rendre obligatoire les équipements spéciaux (pneus neige).



contrat de 38 millions avec le constructeur Poma. Autre défi à relever, la rénovation des lits froids. Crucial, quand les trois quarts des hébergements en montagne ont été construits avant 1990. Et que chaque année, sur les 790 000 lits disponibles en résidences de tourisme, 3 000 sortent du marché (source Atout France). Avec le risque de les voir se transformer en friches immobilières. Ces dernières années, collectivités et acteurs de la montagne s'attellent à la tâche pour remettre sur le marché ces lits occupés en moyenne trois semaines par an. Différents dispositifs ont émergé.

## RÉNOVER LES LITS FROIDS... ET PÉRENNISER LES LITS NEUFS

Affiniski, initié par la société des 3 Vallées et repris par Savoie stations ingénierie touristique (SSIT), est un guichet unique pour les propriétaires, petits hôteliers et exploitants de résidences de tourisme qui veulent rénover et louer leurs biens. Actif aujourd'hui dans 34 stations, il a remis sur le marché près de 900 lits.

De son côté, la Caisse des dépôts et consignations (CDC) s'est impliquée dans la création de sociétés foncières pour réhabiliter à plus grande échelle. La Foncière rénovation montagne qu'elle détient avec la Compagnie des Alpes et un pool bancaire s'est dotée de 72 millions d'euros pour racheter, réhabiliter et remettre à la location 500 biens dans un premier temps. À date, elle a investi sur quatre ans, via ses quatre filiales, 50 millions dans 508 appartements. Autre exemple, la Foncière hôtelière des Alpes, lancée avec trois banques régionales, qui a injecté 23 millions dans la rénovation et la création d'hôtels et hôtels clubs (cf. l'interview d'Édith Martin-Bonnenfant).

Cette année aussi, la Région, au travers de l'acte II de son plan montagne, a voté une subvention de 20 millions d'euros sur la période 2018-2021 en faveur de l'hébergement collectif en station. Avec en ligne de mire le logement des saisonniers, les centres de vacances et l'immobilier de loisirs (lire *Eco* n° 2, paru le 12 janvier 2018). Mais cela s'avère encore insuffisant. Car réhabiliter l'intégralité du parc réclamerait des moyens colossaux. Il restait à l'État à s'investir... voilà qui est fait. Le Comité interministériel du tourisme, réuni le 19 janvier, a jeté les bases d'une nouvelle politique axée sur la promotion et l'investissement pour porter la France au pinacle. Et la montagne n'a pas été oubliée. « Des dispositifs de financement seront mis en place à la hauteur des travaux à réaliser », s'est engagé le premier ministre Édouard Philippe, lors de sa venue en Savoie, le jour même, afin de présenter les premières mesures.

« Il faut arrêter de croire que cela va suffire », lâche Laurent Reynaud, arguant : « Pour que la démarche soit efficace, il faut intégrer les lits neufs. Il se construit 10 000 lits par an dans les stations de Savoie Mont Blanc et de l'Isère qui, faute de véhicule fiscal, sont autant de lits froids en devenir.



*Nous devons veiller à ce qu'ils soient durablement chauds.* » DSF a fait plusieurs propositions dans ce sens, préconisant la création de résidences de tourisme à investisseur unique (type fonds d'investissement immobilier) qui bénéficierait d'un allongement de la durée des prêts. Et aussi l'instauration d'une taxe sur les lits froids.

## CAPTER DE NOUVELLES CLIENTÈLES

Dernier volet, le renouvellement des clientèles. À commencer par les jeunes, la clientèle de demain. Difficile désormais de ne compter que sur la Fédération française de ski et ses clubs pour les initier aux joies de la glisse. Là encore, des initiatives ont vu le jour. À l'instar de Génération Montagne, vaste opération de séduction lancée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et l'Association nationale des maires de stations de montagne (ANMSM) pour faire découvrir la montagne (70 stations et villages impliqués) aux enfants et ados à grand renfort de bons plans et de séjours collectifs pendant les vacances de printemps. Parmi les objectifs affichés, figure également la réhabilitation des centres de vacances pour favoriser le retour des classes de neige. Les clientèles étrangères, notamment celles des pays lointains et émergents, sont aussi dans le viseur : les Brésiliens, les Indiens, les Coréens... et les Chinois. Le gouvernement chinois s'est en effet mis en tête de faire skier 300 millions de ses concitoyens d'ici aux JO de Pékin de 2022.

Au-delà, et plus important, il s'agit d'adapter l'offre à une pratique et une consommation en pleine mutation. Et Agnès Pannier-Runacher, le n° 2 de la Compagnie des Alpes, d'avoir le dernier mot : « Pendant longtemps, nous avons vécu sur nos acquis en nous satisfaisant d'une économie de rente, mais cela ne fonctionne plus. Pour que la montagne française retrouve son leadership, elle doit proposer des produits attractifs, toujours plus de services et créer une offre simple qui soit facile d'accès pour se démarquer et être plus forte à l'international. » Patricia Rey

## L'ÉTAT S'ENGAGE POUR LA MONTAGNE

Pour atteindre l'ambition nationale de 100 millions de touristes et une dépense touristique de 50 milliards en 2020, l'État se donne les moyens. Parmi les objectifs fixés, accroître

l'investissement touristique grâce à la mise en place de plusieurs dispositifs. À sa demande, 500 millions d'euros seront engagés par la Caisse des dépôts et consignations sur cinq ans pour financer les grands projets touristiques structurants, dont une partie – reste à savoir combien ! – sera affectée aux lits froids. Il revient désormais à Atout France – promue au rang d'instance suprême du tourisme – d'assurer la promotion, ce qu'elle faisait déjà, et de l'intensifier.

Pour ce faire, elle recevra une enveloppe supplémentaire de 15 millions d'euros (en plus de son budget annuel de 70 millions), qui sera renforcée en 2019.

Plus nouveau, elle aura à gérer l'ingénierie, à savoir l'accompagnement à la structuration des projets. Pour commencer, elle accompagnera, à titre expérimental, dix stations (dont certaines en Savoie) dans la réhabilitation de leurs hébergements touristiques marchands. Et ce, dès le premier semestre 2018. Avec dans l'idée d'agir à plus grande échelle.