La lettre des stations de montagne

CIMES Infos

N°16 Avril-Juin 2012

PAROLE D'ADHÉRENT AVEC BRUNO VAGINAY MAIRE DE PRA LOUP - PAGE 4

SKI FRANCE
Association Nationale des Maires des Stations de Montagne

D'UN MOT...

Ambition

Vers une nouvelle politique touristique ? A l'occasion d'une conférence de presse sur le bilan touristique du premier semestre et les perspectives pour la saison estivale, Sylvia Pinel, Ministre de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme a présenté, mercredi 11 Juillet dernier, les trois priorités du gouvernement pour la politique touristique : 1. Restructurer le secteur avec la mise en place d'une filière de l'industrie touristique pour mieux associer les acteurs, 2. Améliorer la qualité de l'offre touristique, 3. Rendre effectif le droit aux vacances pour tous. Objectif : faire de la France la première destination touristique du monde, non seulement en termes de visiteurs mais aussi de recettes. L'ANMSM qui participait à cette conférence a présenté le bilan de l'hiver 2011-2012 et les premières tendances pour l'été. Nous avons également rappelé que face à un risque d'accroissement de la concurrence internationale avec la création de nouvelles stations de montagne, notamment en Russie, il importe plus que jamais de soutenir les investissements pour renforcer l'attractivité de la montagne française. Nous devons être audacieux pour conserver le dynamisme de ce secteur, essentiel à l'économie des territoires de montagne et du tourisme français ! Notre nouvelle Ministre semble consciente de ces enjeux, espérons qu'elle saura se donner les moyens de mener une politique ambitieuse qui permette d'y répondre !

■ Gilbert Blanc-Tailleur
Président de l'ANMSM

RYTHMES SCOLAIRES

L'ANMSM veut maintenir la fréquentation des stations de montagne

Lancée le 5 juillet, la concertation sur la refondation de l'Ecole se déroulera sous forme d'ateliers jusqu'à début octobre. Au total, plus de 400 personnes devraient participer à ce processus, dont l'ANMSM.

Après trois mois de concertation, un rapport sera présenté en octobre. Il servira de support à la préparation d'un projet de loi d'orientation et de programmation sur l'Ecole.

Dans ce contexte, l'ANMSM ira défendre ses positions sur les rythmes scolaires, volet important de la réforme. Les stations de montagne sont directement concernées par cette question des rythmes et ses conséquences sur l'organisation des vacances scolaires.

Le sujet avait déjà été soulevé en 2010. Si depuis, aucune décision n'a été prise, l'association a cependant présenté ses attentes. En cas d'abandon de la semaine de 4 jours, elle demande que la 1/2 journée d'école supplémentaire soit organisée le mercredi - et non le samedi.

"Nous voulons éclairer la décision des pouvoirs publics. Si le samedi matin était travaillé, cela aurait un effet mécanique sur nos territoires touristiques, dont l'activité est en grande partie familiale. Nous avons en effet constaté que permettre aux enfants de disposer de deux jours complets et consécutifs de repos favorise la fréquentation des stations par la clientèle de proximité ou adepte des courts séjours. Cela permet aux familles d'avoir des loisirs sur l'ensemble du week-end." indique Jacques Guillot, Vice-président de l'ANMSM, Maire de Chamrousse.

Vers une systématisation

L'ANMSM plaide également pour une meilleure prise en compte des classes de découvertes dans les rythmes scolaires.

"Temps scolaire privilégié, dont les bienfaits sont unanimement reconnus, leur nombre diminue pourtant d'année en année" indique Sylviane Grosset-Janin, Maire de Megève, en charge à l'ANMSM d'un groupe de travail sur le sujet. "Les classes de découvertes devraient faire l'objet d'une systématisation afin qu'au moins une fois dans sa scolarité chaque élève puisse vivre cette expérience" ajoute-t-elle. Maintenant la concertation lancée, l'ANMSM espère que la voix des stations de montagne sera entendue et que l'impact économique des différents scénarii de réforme des rythmes scolaires sera pris en compte avant toute décision du Ministre de l'Education nationale !

Il a dit

"La méthode, c'est la concertation (...) Il y aura une concertation avec les enseignants, les parents d'élèves, les professionnels, tous ceux qui ont leur mot à dire et, à la fin de cette concertation, un arbitrage. Je le prendrai, pour que l'objectif principal soit respecté" - Jean-Marc Ayrault, Premier ministre le 17 mai sur France Inter à propos de la réforme des rythmes scolaires

Colloque du SAM

Une centaine de personnes ont participé le 26 avril, dans le cadre du SAM, à un colloque sur les classes de découvertes organisé par l'ANMSM et l'ANEM. De nombreuses personnalités dont Jean-Karl Deschamps, secrétaire national de la Ligue de l'enseignement, Jean-Jacques Hazan, président de la FCPE, et Guy Chaumereuil, président de la Grande traversée des Alpes, ont échangé sur les enjeux liés à la relance de ces classes. Le colloque a fait le point sur des pratiques exemplaires pour améliorer l'accueil des jeunes en montagne mais également sur les freins que connaissent les enseignants dans l'organisation de ces séjours. Parmi les intervenants, notons aussi la présence de Gilbert Blanc-Tailleur, président de l'ANMSM et Sylviane Grosset-Janin, Maire de Megève et Présidente du groupe de travail Classe de découvertes au sein de l'ANMSM.

ON-LINE

Internet - L'ANMSM a organisé le 19 juin en région parisienne un séminaire pour ses adhérents sur les usages d'Internet et des nouvelles technologies dans le tourisme. Animé par le Joël Gayet, fondateur de CoManaging, cabinet conseil spécialisé dans les problématiques d'attractivité et de marketing territorial, le séminaire a permis à une trentaine de Maires et techniciens de mieux appréhender l'incontournabilité du web et les possibilités ouvertes notamment par les réseaux sociaux en termes de promotion, de fidélisation de la clientèle ou encore d'interaction avec les populations locales. "Lancez-vous !" a exhorté le formateur, soulignant le côté ludique, intuitif et réajustable des stratégies sur les nouveaux médias.

Jeunesse - L'ANMSM a décidé, lors de son bureau du 24 avril, d'apporter son soutien au Manifeste "Sauvons les centres de vacances !", lancé en début d'année par le réseau Savoie Haute-Savoie Juniors. Les Maires de l'ANMSM partagent le constat des auteurs du document, qui pointent notamment "des exigences réglementaires draconiennes et une obsession sécuritaire croissante" et leurs inquiétudes quant aux effets de nouvelles normes sur la pérennité des centres d'hébergement. Cette situation constitue une réelle menace sur l'avenir des classes de découvertes et des colonies de vacances.

PAROLE DE PARTENAIRE

Pour un "droit au départ"

Président de la FCPE (Fédération des conseils de parents d'élèves), Jean-Jacques Hazan aimerait que les élèves de primaire partent "au moins une fois" en classe de découvertes

Qu'apportent les classes de découvertes aux enfants ?
Il y a deux aspects. Ces classes d'abord, facilitent la socialisation et donc le climat scolaire. Elles soudent le groupe, que ce soit en début ou en cours d'année. L'enfant, comme dans un centre de vacances, apprend à vivre avec d'autres. Par là, il se connait mieux aussi. Mais ces classes ont aussi un rôle pédagogique. Un déplacement se prépare et s'exploite. Il donne matière à des échanges différents avec l'enseignant et le groupe. Les matières traditionnelles peuvent s'en nourrir. Une classe de découvertes fournit l'occasion de découvrir le monde, de faire "autre chose, ailleurs et autrement".

© Xavier Pierre

Jean-Jacques Hazan Président de la FCPE : "Chaque enfant en primaire, devrait être allé en classe de découvertes au moins une fois."

Pourtant des parents ne sont pas convaincus …
Il y a des freins, c'est vrai. Sur le plan financier, ces classes devraient être accessibles. La puissance publique doit les favoriser, comme elle aide à l'achat de livres d'école. Le quotient familial est un levier. L'autre frein est culturel, et renvoie à la séparation. Les parents ont du mal, comme un premier jour d'école, à laisser leur enfant partir. Il faut leur montrer le bénéfice pour l'enfant, en termes d'intégration, et leur décrire l'importance des précautions qui sont prises pour accompagner les classes.

Que préconisez-vous ?
La FCPE fait tout pour convaincre les parents des mérites de ces classes. Chaque enfant en primaire, devrait partir en classe de découvertes au moins une fois. Nous souhaitons que, dans le cadre de la "refondation" de l'école, une réglementation favorise ces classes. Le "droit au départ", pendant et hors le temps scolaire, doit être créé. Des enfants ne partent jamais, que ce soit en montagne ou même à Paris. Comment grandir si l'on reste limité dans sa connaissance du monde ?

Que pensez-vous des initiatives des Maires de montagne ?
La FCPE les approuve. Les Maires, localement, peuvent faire avancer les choses. Il est important de réfléchir à l'accueil des classes plus qu'aux prestations de leurs stations. Des contacts par exemple, avec les enfants des vallées, seraient bénéfiques.

QUESTION/RÉPONSE : LA RESPONSABILITÉ DES SECTIONS DE COMMUNES

Dans un arrêt du **30 mai 2012, M. Bécamel, req. n° 340513**, le Conseil d'Etat (CE) a jugé que les décisions prises dans le cadre de la gestion des biens et droits d'une section de commune par le conseil municipal ou le Maire de la commune de rattachement engagent la responsabilité de la section de commune. Un éleveur de bovins qui avait été autorisé à exploiter des terres appartenant à une section, demandait réparation du préjudice subi du fait de l'illégalité d'une délibération approuvant un nouveau partage des biens à vocation agricole (...) et lui interdisant d'utiliser ces biens. Le CE a considéré **"qu'une section de commune est dotée de la personnalité juridique"**. Il en résulte qu'en l'absence de commission syndicale ou dans les matières où elle n'est pas compétente "la gestion des biens et droits de la section incombe au conseil municipal ou au Maire de la commune de rattachement, **les décisions prises dans ce cadre par le conseil municipal ou le Maire le sont pour le compte de la section de commune et engagent la responsabilité de la section"**.

MAJORATION DES DROITS A CONSTRUIRE

Trois sénateurs pour une abrogation

C'est un tir de barrage qu'a essuyé la loi du 20 mars 2012 autorisant pendant 3 ans une majoration de 30% des droits à construire et devant s'appliquer, sauf décision contraire, aux communes et EPCI à partir du 21 décembre.

Trois sénateurs dont, Thierry Repentin, sénateur de Savoie (1) ont chacun déposé une proposition de loi en mai et juin afin de l'abroger. Pour *Cimes Infos*, ce dernier qui n'avait pas encore été nommé Ministre délégué chargé de la formation professionnelle et de l'apprentissage, a précisé les raisons pour lesquelles il s'opposait à cette loi.

Il a d'abord souligné que le Code de l'urbanisme "permet déjà de délibérer pour augmenter la constructibilité sur son territoire".

Thierry Repentin : "Quand un terrain devient constructible, son propriétaire a intérêt à attendre avant de le vendre. Et plus il attend, moins il est imposé - ce n'est pas sain".

Il suggère de systématiser les clauses anti-spéculatives. "Il est anormal que des gens qui ont acquis un terrain grâce à un "coup de pouce" de la mairie, le revendent plus tard avec une plus-value".

Il propose d'enrayer les recours abusifs. "Une section spécialisée dans les tribunaux administratifs serait souhaitable".

Enfin, notant que dans les stations, des bâtiments sont parfois inoccupés - anciennes résidences de vacances par exemple -, Thierry Repentin s'est dit favorable au renforcement du "pouvoir d'expropriation des Maires".

(1) Les autres sénateurs sont Pierre Jarlier, sénateur du Cantal et Philippe Kaltenbach, sénateur des Hauts-de-Seine.

Un effet inflationniste

Voyant dans le texte un "nid à contentieux", il a aussi décrit un dispositif national et "automatique", "remettant en cause l'exercice d'intelligence locale qu'est un PLU". Thierry Repentin, enfin, qui a relevé que la mesure avait eu "un effet inflationniste sur le prix des terrains", nous a indiqué ses pistes pour faciliter la construction, "notamment dans les zones à forte tension touristique".

Première orientation, revoir la fiscalité. "Quand un terrain devient constructible, son propriétaire a intérêt à attendre avant de le vendre. Et plus il attend, moins il est imposé - ce n'est pas sain" a-t-il dit.

Le Sénat a adopté, mardi 10 juillet, le projet de loi abrogeant la loi du 20 mars 2012 majorant de 30% les droits à construire, suivant ainsi la position de sa commission des finances. Compte tenu de la procédure accélérée engagée par le gouvernement et de la nécessité de ne pas dépasser l'échéance du 20 septembre, (dernier jour à partir duquel toute commune ou tout EPCI doit lancer une consultation publique) le texte pourrait être adopté par l'Assemblée nationale, le 25 juillet, dans des termes identiques. Pour Thierry Repentin, en abrogeant vite ce texte, il s'agit de "ne pas laisser les communes engager des démarches inutiles et coûteuses".

COMMUNICATION

France Montagnes en campagne d'été

France Montagnes a lancé en avril dernier une campagne de communication pour valoriser la destination Montagne l'été auprès des familles. Le pari n'est pas évident, comme l'a rappelé Jean-Marc Silva, directeur de France Montagnes. Il s'agit de montrer que la montagne est aussi une destination où l'on peut se baigner, et qui au-delà de la randonnée, propose de multiples activités dont certaines sont dédiées aux très jeunes enfants.

"Envoyez tout paître !", "Vos marmots vont adorer les marmottes !" ou "Hâlez à la montagne !" Les nouveaux slogans jouent sur l'affectif et l'humour dans la veine de la campagne hivernale.

La campagne était adressée, d'avril à juillet, aux femmes CSP + et aux familles, avec la signature désormais familière "La montagne - Bienfaits pour vous !".

Les visuels ont été publiés dans six journaux (*Elle, Biba, Marie-Claire, Avantages, Psychologies et Santé Magazine*). Sur Internet, des billets de blogueuses ont été sponsorisés et le jeu "Envoyez balader vos enfants !", développé cet hiver, a été reconduit. Des partenariats ont été montés avec *Le Nouvel Observateur* et *L'Equipe*. Coût de la campagne : 310 000 euros HT dont 250 000 financés par l'ANMSM.

ON-LINE

Réhabilitation – L'ANMSM a été auditionnée, le 4 juillet, par les membres du groupe d'études sénatorial sur le développement économique de la montagne. L'objectif de cette rencontre était d'évoquer la rénovation de l'immobilier de loisirs et la proposition de "boîte à outils" réalisée par la SCET, filiale de la Caisse des Dépôts et Consignations. Ce fut l'occasion de : 1- rappeler l'urgence à agir en matière de réhabilitation ; 2- préciser les difficultés des collectivités à connaitre précisément l'état du parc d'hébergements marchands, à recouvrir la taxe de séjour et obtenir des financements ; 3- s'interroger sur la pertinence de la création d'une taxe sur la non-occupation des hébergements ; 4- regretter que ce rapport, qui dresse un inventaire de dispositifs existants à mettre en œuvre ne propose pas de politique globale de la rénovation de l'immobilier de loisirs.

Données Neige et Météo – Afin d'améliorer la qualité de son bulletin Neige, l'ANMSM a rencontré des directeurs des services des pistes le 11 juillet. Plusieurs points ont été abordés pour préparer la prochaine saison 2012-2013 : processus de saisie des données dans la base ANMSM, améliorations techniques, réflexion sur de nouveaux champs de données… En hiver, le bulletin neige produit, par l'ANMSM, est diffusé à plus de 80 partenaires, dont France Montagnes et les trois chaînes de télévision qui proposent une météo des neige : TF1, France 2 et M6.

TENDANCES

Les courbes du Jura font le buzz

Attaquée par le collectif des Chiennes de garde, la campagne de publicité du Jura sur France Info, en avril, qui mettait en avant les "courbes généreuses" du département, a été mémorisée par 10 millions de Français (la moitié touchée par le buzz, l'autre par les spots).

Plus des 3/4 des personnes ont apprécié son côté "décalé", et les visites enregistrées par le site du CDT ont augmenté de 640%.

Retour sur cette campagne avec Jean-Pascal Chopard, directeur de Jura Tourisme: "Quand on a des moyens limités - 140000 euros d'achat d'espace - il faut être créatif. Mais à aucun moment, nous n'avons pensé que les spots, acceptés par Radio France, heurteraient les Chiennes de garde."

Gain de notoriété

Nous ne regrettons rien, même si la campagne a été comparée parfois à des opérations très vulgaires. Le Jura a gagné en notoriété, et c'était le but pour nous positionner dans la réflexion sur les départs de printemps et d'été. Mais le buzz ne nous a pas pris de court. Pour amplifier l'impact des spots, nous avions prévu de mettre des mini-vidéos et articles sur notre site pour soutenir notre argumentaire. Par exemple des vidéos du Jura illustrant ses fameuses "courbes". Le débat suscité par les attaques de l'association nous a amenés à être plus réactifs et percutants, et par exemple à diffuser ces éléments sur les réseaux sociaux ou vers les médias.

PAROLE D'ADHÉRENT

Parc naturel : un atout pour le tourisme ?

Bruno Vaginay, Maire de Pra Loup, dont une partie de la station est dans le Parc national du Mercantour, répond à cette question.

"La proximité du Parc ne suscite pas directement d'activité l'été chez nous. Par contre, le "label" Parc naturel permet une communication liée à la qualité des sites. Les promeneurs et randonneurs sont de plus en plus sensibles à cette image, le Parc étant synonyme de protection des espaces et des espèces. Des conférences sont organisées en station par le personnel du Parc sur des sujets sensibles comme la présence du loup. Elles ont beaucoup de succès. Le Parc doit faciliter une activité touristique encadrée mais pas restrictive. Pra Loup a développé un vrai partenariat avec le Parc qui a organisé par exemple une communication à l'intérieur de l'OT sur la protection des espèces."

Bruno Vaginay, Maire de Pra Loup : "Le Parc doit faciliter une activité touristique encadrée mais pas restrictive."

EN BREF

43 stations labellisées

Deux nouvelles stations : Saint-Gervais (Haute Savoie) et Risoul (Alpes du Sud) ont reçu en juin le label Famille Plus, tandis que Puy-Saint-Vincent (Alpes du Sud) et Valloire (Savoie) l'ont malheureusement perdu. Au total, ce sont donc toujours 43 stations qui sont labellisées sur le territoire montagne.

Autre changement : depuis début juin et pour les deux années à venir, l'ANMSM, représentée par Pierre Balme, Maire de Venosc/Les 2 Alpes, président du Groupe de travail Famille Plus à l'ANMSM, présidera le Comité national de gestion du label.

Un documentaire sur les classes de neige

L'ANMSM et le Syndicat National des Moniteurs de Ski Français (SNMSF) sont à l'initiative d'une série documentaire de 7 épisodes retraçant le séjour en classe de neige, d'une classe de Saint-Aubin-des-Châteaux (Loire-Atlantique) à Saint-François-Longchamp (Savoie). Chacun des épisodes traitera de thématiques comme le transport, l'hébergement, les activités ou le projet pédagogique. Objectif de la série : rassurer les parents et encourager les enseignants à organiser des classes de neige.

A VENIR

- **26/09 :** Journée nationale des coordinateurs locaux de la Charte en faveur du développement durable de l'ANMSM - 10ème édition - à Lyon Saint-Exupéry
- **28/11 :** Réunion annuelle des référents Famille Plus des 4 territoires à Paris au Sénat (salle Monnerville)

SKI FRANCE
Association Nationale des Maires des Stations de Montagne

Cîmes Infos est édité par l'**Association Nationale des Maires des Stations de Montagne** - 9 rue de Madrid- 75008 Paris - Tél. : 01 47 42 23 32
Directrice Générale : Christine Laymard - **Comité de rédaction :** Jean-Louis Le Bras, Laure Froissart, Olivier Rival, Tamara Mejias
Rédaction : Bruno Leprat - **Réalisation :** Roland Tchertoff
Email : bienvenue@stationsdemontagne.fr - **Site de l'Association** : www.anmsm.fr

SKI FRANCE
Association Nationale des Maires des Stations de Montagne

La saison d'été en montagne

ENJEUX

L'été : une dimension stratégique pour l'ANMSM

Pour l'ANMSM, l'été et les intersaisons sont des relais de croissance, dans une perspective durable, pour les stations. L'attractivité des montagnes l'été est une garantie de la pérennité et du développement de l'emploi dans les stations. L'association soutient donc les campagnes de communication portées par France Montagnes pour dynamiser la fréquentation estivale. Elle a également appuyé la parution du Carnet de route d'Atout France consacré au développement touristique durable de la montagne.

A lire

❄ Carnet de route n°12: "Pour un développement touristique durable des territoires de montagne" (Atout France, avril 2011); le document est structuré autour de 2 chapitres : "La montagne face aux dynamiques de la demande" et "Comment créer la préférence et fidéliser par la qualité d'expérience?".

❄ Etude sur "La fréquentation de la montagne en été" (juin 2012); elle pointe l'intérêt des familles pour les activités sportives et les difficultés des jeunes à se laisser "séduire par une destination jugée trop élitiste, sportive ou ringarde"; ses commanditaires : Cluster Montagne, Outdoor Sports Valley, Caisse d'épargne Rhône-Alpes, ECO des Pays de Savoie et system d.

STRATÉGIE

La montagne, une destination d'été à fort potentiel

Les Français aiment la montagne été comme hiver ! L'été, la montagne reste pourtant moins fréquentée que les autres territoires (mer, campagne, villes, régions ou pays étrangers) Les stations hésitent à mettre en oeuvre une stratégie de conquête. Comment identifier les attentes des touristes ? Où trouver des conseils ? Quelles conditions réunir pour élargir l'offre touristique à la saison estivale ?
Cimes Infos a interrogé un élu de station, un consultant en marketing et un représentant d'activités de plein air. Ils s'accordent sur un point: toutes les stations peuvent investir l'été, avec un peu de pragmatisme, de concertation et d'imagination !

DÉVELOPPEMENT

"Toutes les stations ont une carte à jouer avec l'été"

Directrice associée de GMV Conseil, cabinet de conseil en marketing, Béatrice Royaux a collaboré au Carnet de route 2011 pour un "développement touristique durable" de la montagne.

❄ Les stations de montagne s'intéressent de plus en plus à la saison d'été. Les comprenez-vous ?
Certaines ont clairement investi ce sujet, d'autres se questionnent, soit sur la façon de penser le développement de cette saison, soit sur l'intérêt de le faire ou le risque d'investir sur cette saison. Cela dit, l'idée que la saison présente des atouts intrinsèques et des potentialités avance et le Carnet de route a participé à cette prise de conscience.

❄ Quels atouts reconnait-on à la montagne en été ?
La montagne l'été a une très bonne image. La saison a des atouts communs avec la saison hiver, d'autres spécifiques : une identité ancrée dans une histoire, une géographie, un patrimoine, un "imaginaire", une nature préservée et essentielle, une diversité d'activités.

❄ Toutes les stations peuvent-elles investir l'été ?
La dimension paysagère, patrimoniale, terroir est stratégique. Toutes les stations peuvent investir l'été mais en étant conscientes de leurs forces et faiblesses et en jouant la complémentarité avec d'autres territoires ou stations proches.

Béatrice Royaux : "Le Maire doit sensibiliser les acteurs sur les opportunités qu'offre l'été. Il initie le dialogue, mobilise..."

❄ Quelle méthode adopter ?
Le Carnet propose une réflexion autour de plusieurs axes: la valorisation de la destination, l'investissement sur la thématique du bien-être et de la force de l'eau, le développement d'"expériences"-clients, la réflexion sur l'hébergement, qui a une importance particulière l'été, la mobilisation des acteurs. Pour chacun, il y a des questions à se poser. Parmi les erreurs à ne pas commettre, je dirais : se limiter à un territoire trop restreint alors que les pratiques des clientèles s'expriment à une échelle plus large, et penser uniquement en termes de proposition d'activités, alors que les clientèles veulent aussi pouvoir parfois tout simplement "être à la montagne".

❄ Quel est le rôle du Maire dans la démarche ?
Le Maire doit sensibiliser les acteurs sur les opportunités qu'offre l'été. Il initie le dialogue, mobilise... et peut porter des expériences pilotes. L'implication de tous les acteurs de la station est nécessaire. Le Maire doit jouer un rôle de coordinateur car par exemple la mise en place d'activités avec des commerces fermés ou l'inverse conduit à l'échec et la démotivation.

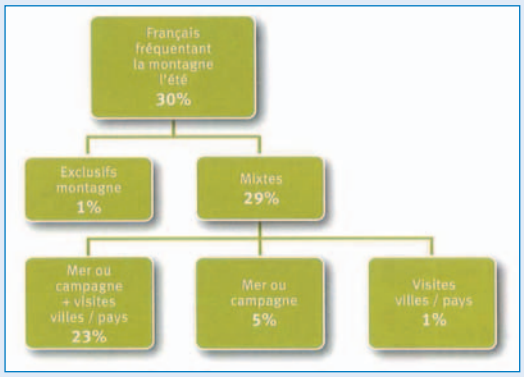
EN CHIFFRES

57% des Français attirés par la montagne en été

❄ Ils sont attirés par la montagne l'été :
- **57%** des Français dont **26%** fortement (résultat proche de l'attirance l'hiver : **64%**)
- **60%** des Européens

❄ Ce que les Français attendent de la montagne l'été :
- Autonomie : être soi avant tout : **63%**
- Vitalité : besoin d'émotions de sensations à vivre avec des amis ou des proches : **84%**
- Besoin de sens : préoccupation pour le futur de la planète **56%**, besoin d'évasion, de rêve de ré-enchantement **64%**

❄ Activités à pratiquer :
Promenade, randonnées (pédestre, mais aussi à vélo ou équestre), activités de bien-être (remise en forme, balnéo, spa, thermoludisme…), baignade et activités sportives liées aux lacs et aux rivières (navigation, canyoning, rafting…), activités culturelles et de découverte (visites de monuments, villages, sites, parcs, lieux de vie, musées, expositions, spectacles, concerts, gastronomie), excursions autour de la faune et la flore, escalade, via ferrata, parcours acrobatiques, parcours d'orientation, sports à sensation, farniente…



TÉMOIGNAGE

Station de basse altitude, Métabief mise sur le VTT et ses dérivés l'été

Gérard Deque, Maire de Métabief, décrit la stratégie de sa station en été.

❄ **Le VTT, coeur de l'offre :** "Notre station se transforme l'été en terrain de jeux pour amateurs de 2 roues. Pistes de descente, free ride, enduro, "four cross"… nous misons sur le VTT. Cette année, le Syndicat mixte du Mont d'Or - qui est financé à 95 % par le conseil général du Doubs et dont je suis le vice-président - a relancé des investissements avec le remodelage de pistes et la mise en place de l'e-Tricks, un cyclo électrique tout terrain".

Gérard Deque : "Nous avons aussi pour 2015 un projet de jardin d'enfants qui, l'été, initierait les petits au VTT et l'hiver, à la luge".

❄ **Préparer l'avenir :** "Notre dynamique "4 saisons" est liée au fait que Métabief est en basse altitude. L'hiver s'arrête assez tôt et même si la neige de culture est une solution, nous préférons avoir un relais de croissance comme le VTT et ses dérivés. Mais il est nécessaire de déployer de nouvelles offres, à l'instar de l'e-Tricks. Nous avons aussi pour 2015 un projet de jardin d'enfants qui, l'été, initierait les petits au VTT et l'hiver, à la luge. Il sera intégré à un vaste pôle d'animation "4 saisons" incluant un bâtiment d'accueil multi-activités.

L'investissement, avec la communauté de communes, sera de 6 à 7 millions d'euros".

❄ **Le Maire en première ligne :** "Une telle stratégie est exigeante. Attirer plus de visiteurs l'été va nous amener à créer des lits car, comme beaucoup de stations, nous avons de plus en plus de logements qui ne sont plus loués. De plus, le territoire doit être mobilisé et le Maire doit aiguiller tous les acteurs dans le même sens. C'est un travail de coordination, ainsi que de médiation afin de motiver et de faire accepter les projets ou apaiser les craintes".

ACTIVITÉS

"Ne pas transformer la montagne en parc d'attraction"

© Fotolia

Président du Syndicat national des Accompagnateurs en montagne, Philippe Ragné suggère que les aménagements d'été ne dévoient pas l'image du territoire

❄ **Que représente la randonnée pour les stations de montagne l'été ?**
Nous n'avons pas de chiffres mais cette activité arrive en tête des questions que posent les touristes, lorsqu'ils préparent leur séjour. "Avez-vous des randonnées ?" et "Où trouver un topo guide ?" sont des questions de plus en plus courantes. L'été, la montagne attire de plus en plus de non-montagnards, séduits par les promesses de bien-être et de liberté offertes par la marche.

❄ **Comment renforcer l'offre de randonnée ?**
Il faut d'abord opter pour un "parler vrai" et bien informer sur les différents degrés de difficulté". Je suggère aussi de bien identifier les attentes des visiteurs. Ils ont besoin d'aménagements mais ne veulent pas d'un "Luna Park" . L'identité de la montagne en serait altérée.

❄ **Les activités de pleine nature font intervenir beaucoup d'acteurs. N'est-ce pas une difficulté ?**
Oui, contrairement à l'hiver, où le Maire a moins d'interlocuteurs, l'été il a pléthore d'acteurs face à lui. Son rôle sera de s'approprier leur offre, voire de l'auditer, afin de l'accompagner si besoin vers une qualification.