

**ALLOCUTION DE LUC CHATEL**

**23<sup>EME</sup> CONGRES DE  
L'ASSOCIATION NATIONALE DES ELUS DE LA MONTAGNE**

**VENDREDI 26 OCTOBRE 2007**

Monsieur le Président

Mesdames et messieurs les parlementaires

Mesdames et messieurs les élus,

Mesdames et messieurs

Je suis très heureux d'avoir l'occasion de m'exprimer devant vous aujourd'hui et je remercie le Président Saddier pour son aimable invitation.

Je voudrais également saluer tout particulièrement l'Alsace et le massif des Vosges qui nous accueillent aujourd'hui. Je voudrai rappeler que c'est dans le massif des Vosges à La Bresse que s'est tenu il y a quelques jours la récente biennale européenne de la montagne qui a permis de démontrer qu'une réflexion existait au niveau européen sur la thématique «d'un développement compatible avec la durabilité ».

La montagne est de nos jours plus que jamais un espace de vie fragile et précieux. A ce titre elle bénéficie d'une attention soutenue et d'un accompagnement adapté à ses spécificités.

Je voudrais d'ailleurs rappeler que la France s'est dotée depuis de nombreuses années d'une politique de la montagne qui l'appréhendait dans sa globalité afin de la protéger tout en la développant.

Mais aujourd'hui nous sommes face à une situation préoccupante.

Le tourisme est un atout majeur pour la montagne lui assurant une vitalité économique et social. Mais depuis quelques années la montagne souffre de l'évolution de la consommation touristique qui a touché l'ensemble des montagnes françaises.

En effet, Il existe une concurrence étrangère de plus en plus forte et surtout nous devons faire face à l'émergence de nouvelles offres touristiques dans des pays proposant plages et soleil en hiver à des prix très compétitifs.

C'est un phénomène que nos politiques publiques doivent prendre en compte.

Vous m'avez invité aujourd'hui en qualité de grand témoin pour intervenir sur le thème « tourisme en montagne 365 jours par an : quelles perspectives ? ».

C'est un sujet passionnant. En effet l'activité économique en montagne dépend très largement du tourisme et est fortement marquée par la saisonnalité.

### **TOURISME DE MONTAGNE 365 JOURS PAR AN : QUELLES PERSPECTIVES ?**

Pour développer un tourisme multi-saisons il faut **tout d'abord commencer par conforter la saison d'hiver**. En hiver la neige et les activités qui lui sont liées restent le principal attrait de la montagne, une

montagne sans neige en hiver offre moins d'intérêt. Les stations ont toujours le leadership et les activités s'organisent autour d'elles.

Toutefois pour répondre à la demande de la clientèle, les stations doivent s'orienter vers une diversification de leurs activités. L'augmentation de l'attractivité des stations en hiver passe aussi par la prise en compte d'un territoire plus large susceptible d'apporter des activités complémentaires. Nous devons changer l'image de la montagne en sortant du "tout ski".

Ceci est particulièrement vrai pour la moyenne montagne. Ces territoires qui connaissent actuellement des difficultés importantes sont de plusieurs natures et leur développement doit s'appuyer sur une bonne complémentarité entre le tourisme et les autres activités :

- les zones de moyenne montagne à proximité des stations à bon enneigement doivent unir leur avenir à ces stations dans le cadre d'un projet de territoire équilibré et cohérent ;
- les zones de moyenne montagne proches des villes doivent développer des activités en complément des activités urbaines ;
- les zones de montagne purement rurales ne peuvent tenter que le développement d'un tourisme diffus intégré aux activités traditionnelles.

**Ensuite il faut conforter la saison d'été.** Le client souhaite l'été une montagne proposant des activités plus douces comme la promenade ou

la baignade, des activités de découverte et de nature et des activités plus culturelles et moins sportives.

**Enfin il ne faut pas oublier l'intersaison.** Le développement de l'intersaison n'est pas une chose facile. Néanmoins nous pouvons essayer de citer quelques pistes :

- développer les offres de courts séjours et de week-ends fondée sur le bien être pour attirer une clientèle de proximité et les excursionnistes ;
- proposer l'organisation de séminaires. Cette activité permettrait d'étendre l'activité à la marge des saisons d'hiver et d'été ;
- proposer des séjours aux seniors toujours dans le but de désaisonnaliser ;
- relancer les classes de découverte.

Tout cela nécessite l'accord des acteurs et des prestataires de service pour offrir un produit le plus complet possible.

Pour parvenir à développer un tourisme en montagne 365 jours par an, nous devons donc tous conjointement unir nos efforts afin de proposer une offre plus riche, de qualité et adaptée aux attentes des clients.

### **LES ENJEUX AUXQUELS EST CONFRONTEE LA MONTAGNE**

La zone de montagne française représente 23% du territoire national et 7% de sa population. Le tourisme y est souvent le secteur économique

le plus dynamique, à l'origine de 25 à 80% des emplois et totalisant un chiffre d'affaires de l'ordre de 9 milliards d'euros.

Une démarche volontaire de développement durable du tourisme de montagne est nécessaire pour assurer un avenir à cette partie importante du territoire français et en même temps, contribuer efficacement à l'accès aux loisirs de l'ensemble de la population française.

Pour cela nous devons créer de la bonne croissance, dans ses diverses dimensions économique, environnementale, culturelle et sociale.

Les enjeux auxquels nous avons à faire face peuvent être déclinés selon cinq orientations :

- l'adaptation au changement climatique et au contexte énergétique ;
- l'intégration au milieu montagnard ;
- les positionnements commerciaux ;
- l'adaptation de l'offre ;
- l'amélioration de la gouvernance et de l'organisation des territoires.

Bien entendu l'ensemble des territoires doivent être traités au regard de ces enjeux. Mais je pense en particulier aux questions relatives à la moyenne montagne qui doivent être abordés en priorité.

Dans cette optique, je voudrais en profiter pour saluer l'ensemble des massifs sans exclusive que ce soient les Vosges, le Jura, le Massif Central, bien entendu les Alpes et les Pyrénées, mais je n'oublie pas non plus nos compatriotes de l'île de la Réunion. La Montagne est en effet d'une très grande richesse dans notre pays et est un atout touristique exceptionnel.

### **LA MONTAGNE SERA UN DES VOLETS DE LA REFLEXION STRATEGIQUE**

Comme vous le savez, le tourisme français est un peu l'enfant gâté du tourisme mondial.

La France est la première destination mondiale avec 79 millions d'arrivées de touristes étrangers en 2006, devant l'Espagne et les Etats-Unis. Mais nous devons regarder la réalité en face. La France n'est qu'au troisième rang en termes de recettes enregistrées au titre des activités touristiques, derrière les Etats-Unis et l'Espagne.

Mon objectif, vous l'aurez donc compris est de devenir leader européen en matière de recettes touristiques.

Pour augmenter les recettes, il nous faut un plan d'action clair avec des mesures simples et efficaces déclinées par territoires. Mais pour cela, nous devons au préalable réaliser un état des lieux avec une réflexion stratégique globale, afin d'analyser les forces et faiblesse de notre offre

touristique et son adéquation à la demande du visiteur des années 2020.

La montagne sera bien entendu un des volets de cette réflexion stratégique et je vais vous présenter quelques pistes d'action que je souhaite analyser dans le cadre de cette mission.

### **QUELQUES PISTES DE REFLEXION**

#### **1/ L'adaptation au changement climatique et au contexte énergétique**

Le groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat prévoit une augmentation moyenne de la température de 1% à 5% d'ici 2100, ce qui a fait l'objet d'une forte médiatisation.

Nous devons commencer à prendre en compte ce phénomène, même si ses effets ne devraient pas être trop importants d'ici 2030. En effet nous savons qu'une augmentation moyenne de température de l'ordre de 1°C correspond à une « remontée » de la neige de l'ordre de 150 m de dénivelé. Cela illustre bien les enjeux de la montagne lié au réchauffement climatique.

Se pose ainsi la question de la garantie de l'enneigement. Cette évolution peut être en partie corrigée par des installations de neige de culture. Cet effort pour mieux garantir l'enneigement paraît

incontournable car la demande touristique hivernale pour la montagne est essentiellement tournée vers le ski. Ainsi nous devons désormais éviter de développer les domaines skiabiles là où l'enneigement naturel ou même artificiel est incertain.

Parallèlement nous devons développer des activités peu sensibles à l'enneigement en station ou à proximité tout en prenant en compte le fait que la clientèle actuelle d'hiver est essentiellement motivée par la pratique du ski.

Quant aux dépenses énergétiques, celles-ci doivent être fortement limitées, en commençant par les activités les plus consommatrices comme les transports et l'hébergement.

Sur ces aspects, je considère que la France étant la première destination touristique mondiale, elle se doit d'être exemplaire dans le développement d'un tourisme durable. Je suis donc très heureux de votre prise de conscience et de votre implication dans ce sujet complexe qu'est le changement climatique et ses conséquences pour la montagne.

Mais le développement durable de la montagne ne se limite pas simplement à l'accompagnement des territoires aux changements climatiques. Nous devons prendre en compte l'intégration des populations au milieu montagnard, en particulier les problèmes liés aux logements.

## **2/ L'intégration au milieu montagnard**

L'arrivée de nouveaux résidents en montagne est un phénomène qui pose actuellement certains problèmes.

Les nouveaux arrivants ont du mal à trouver un logement, à cause de la montée des prix de l'immobilier lié à la pression touristique. Ils sont souvent obligés de se loger loin des centres touristiques, créant des contraintes de déplacements qui ont un impact sur notre environnement.

Dans ce contexte on perçoit bien l'intérêt d'une réflexion sur l'opportunité de la maîtrise du foncier, c'est d'ailleurs l'un des objectifs confié à la mission du conseil général des ponts et chaussées sur le marché du logement dans les zones touristiques et frontalières.

A ce titre l'expérience de la commune d'Arâches et de son opération « habitat abordable » visant à limiter la spéculation immobilière doit être étudiée attentivement par les collectivités et le cas échéant prise en compte.

Dans le même temps, le tourisme pose évidemment des problèmes d'insertion environnementale, qu'il faut absolument résoudre, puisque la qualité de l'environnement est un atout touristique majeur mais fragile.

Cette prise de conscience environnementale doit être l'occasion pour la montagne française de faire évoluer son image actuellement trop centrée sur le tourisme de masse.

### **3/ Les positionnements commerciaux**

En effet nous constatons depuis quelques années que la fréquentation de la montagne est en stagnation l'hiver et en baisse l'été. L'évolution des attentes des clients, le développement des pays concurrents, nous imposent de renouveler l'image de la montagne française, l'hiver trop centrée sur le ski et l'été trop sportive.

Nous devons encourager la promotion de notre offre montagne autour de la découverte culturelle et émotionnelle des différents massifs français. Il faut sortir du « tout extrême » pour l'été comme pour l'hiver et revenir aux fondamentaux que sont la nature, la remise en forme, la qualité de vie et l'ensemble des activités « soft ».

Nous devons promouvoir l'ensemble de des richesses de la montagne liées à la gastronomie, l'artisanat et l'agriculture de qualité. La montagne doit être valorisée pour ce qu'elle est, mise en valeur en présentant ses multiples facettes et doit être développée en conséquence.

Ainsi je pense que certaines cibles de clientèle doivent faire l'objet de démarches particulières car les excursionnistes, les jeunes, les seniors

et les familles n'ont pas la même vision de la montagne, ni les mêmes comportements de consommation.

Je salue au passage le travail de Maison de la France et je l'incite à travailler avec les professionnels pour organiser davantage d'opérations de communication sur un tourisme diversifié et multi-saisons.

Naturellement, pour développer le tourisme tout au long de l'année, il est essentiel d'adapter notre offre à l'ensemble des segments de clientèle. En effet rien ne sert d'adapter l'image de la montagne française aux nouvelles attentes des visiteurs si parallèlement l'offre n'évolue pas.

#### **4/ L'adaptation de l'offre**

Afin de permettre une redynamisation du secteur et surtout un étalement des saisons, nous devons proposer des produits touristiques différenciés, orientés vers les différents segments de clientèles. Je pense en particulier aux séniors et aux jeunes notamment avec les classes de neiges l'hiver ou les classes vertes l'été.

Concernant les domaines skiables, nous devons poursuivre la modernisation du parc de remontées mécaniques et offrir aux visiteurs la garantie de neige soit par un accès aux pistes en altitudes, soit par de la neige de culture là où cela est techniquement possible et

souhaitable. Ceci bien entendu dans le respect du milieu naturel, je pense notamment aux ressources en eau.

Concernant l'hébergement, nous devons redoubler d'efforts concernant la modernisation du parc immobilier des stations de haute et moyenne montagne. Il en va de l'image et de la compétitivité de notre offre touristique.

En effet nous ne pouvons plus continuer à construire pour le tourisme dans les stations de montagne où le terrain est compté. Nous devons nous orienter vers la réhabilitation des logements anciens dont la qualité ne répond plus aux demandes d'une clientèle toujours plus exigeante. Par ailleurs nous devons inciter la mise sur le marché locatif de logements vides.

L'image des « volets clos » 50 semaines par an n'est pas acceptable. D'une part pour les habitants permanents qui sont victimes de la pression foncière et de la flambée des prix de l'immobilier, comme notamment les travailleurs saisonniers. D'autre part pour les touristes qui souhaitent venir hors saison et visitent une véritable ville fantôme ce qui est désastreux pour notre image de marque.

Nous devons orienter notre réflexion sur une mobilisation plus forte des propriétaires, peut-être par un soutien à la rénovation ou une aide à la commercialisation. Toutes les voies doivent être explorées.

Cela passe certainement par une adaptation du dispositif des Opérations de réhabilitation de l'immobilier de loisir (ORIL) et par un frein aux incitations à la création d'hébergements neufs, notamment les villages et résidence de tourisme.

Je constate, par ailleurs, une hôtellerie familiale et indépendante dans une situation difficile. Nous devons apporter une réponse adaptée à ces professionnels qui jouent un rôle important dans l'accueil des touristes dans les montagnes françaises. La réforme du classement des hébergements que j'ai démarrée lundi dernier est j'en suis sûr un premier élément de réponse.

Au-delà de l'offre d'hébergement, il y a également l'offre de loisirs qui doit être adaptée à la nouvelle demande touristique. Les possibilités de promenade et de randonnées doivent être encore améliorées et mises en valeur. Une large diversification des activités doit être menée autour des attentes des consommateurs comme le bien-être et la culture locale par le biais de la découverte du patrimoine et de fêtes.

Enfin cette transformation de l'offre doit se faire avec une exigence accrue de qualité et une maîtrise des prix sans laquelle un décrochage de la fréquentation peut être craint. Elle nécessitera de la part des acteurs locaux un véritable effort d'innovation qui devra être encouragé par les collectivités.

Pour tendre vers une offre riche, complète à plus forte valeur ajoutée pour le consommateur, nous devons adapter nos modes de gouvernance des territoires.

## **5/L'amélioration de la gouvernance et de l'organisation des territoires**

A l'image de ce qui se fait chez certains de nos confrères européens, l'offre française de montagne doit être davantage structurée par territoire d'accueil disposant d'une image plus forte et d'un potentiel d'offre plus complet que simplement les stations de sports d'hiver.

Ces territoires doivent se doter des structures et des moyens financiers pour assurer leur développement touristique. Une mutualisation des moyens doit être étudiée au niveau de chaque massif et au niveau national notamment en matière de promotion et de réflexion stratégique.

## **CONCLUSION**

Le tourisme est par nature un domaine transversal dans lequel de nombreux ministères sont impliqués. Dans ce contexte, il est nécessaire de développer conformément aux engagements du Président de la République, un véritable plan quinquennal de relance du tourisme d'hiver comme d'été.

Pour cela, je vous propose à tous, élus, professionnels, fédérations, associations, administration d'organiser des groupes de travail thématiques que je réunirais à Bercy en décembre afin d'entamer une vaste réflexion stratégique sur les aspects du tourisme comme voie de développement économique et sociale pour la montagne.

Ces groupes de travail se termineraient par les « Assises du tourisme de montagne » au printemps prochain afin d'arrêter la politique du gouvernement en matière de tourisme en montagne pour les cinq années à venir.

Naturellement, ces groupes de travail seraient associés à la réflexion stratégique globale dont je vous ai parlé.

L'objectif est de définir un plan d'action opérationnel afin de développer la montagne d'un point de vue touristique tout en la protégeant.

Je vous souhaite à tous, une très bonne fin de congrès et des débats riches et fructueux.

Je vous remercie.