

# Pourrons-nous toujours skier en 2050 ?

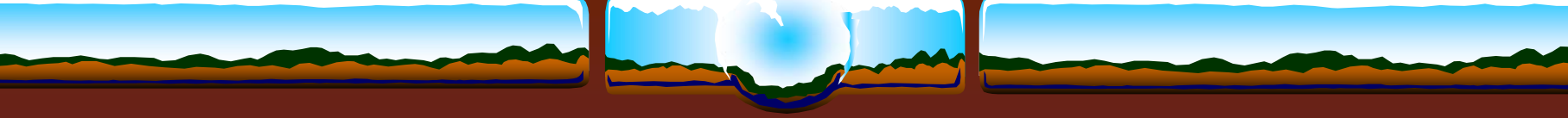
Isabelle Frochot

Université de Savoie – Institut de la Montagne



# Les pratiques du ski

- ❖ **Le taux de départ aux sports d'hiver stagne à 8,4 % de la population**
- ❖ **Cette stagnation touche davantage les petites et moyennes stations que les grandes**
- ❖ **La montagne française:**
  - ❖ 23 % du territoire métropolitain
  - ❖ 5,1 millions de lit touristiques dont 2,1 M en stations
- ❖ **En 2004: 64 M de journées skieurs**
- ❖ **La France accueille 2 M d'étrangers (RU, Belges, Hollandais)**



- ❖ **Par rapport à d'autres formes de tourisme, on se loge davantage en location (28 %), en clubs vacances (11 %) et en résidences de tourisme (7%)  
... mais moins en famille (21 %) et en résidences secondaires (13%)**
- ❖ **La dépense est supérieure à d'autres pratiques touristiques**
- ❖ **Les clientèles vieillissent (+ 5 ans en 10 ans)**
- ❖ **La montagne est maintenant la quatrième destination en France**
- ❖ **Les pratiques de sports d'hiver:**
  - ❖ Ski alpin (63 %)
  - ❖ Promenade (24 %)
  - ❖ Pas d'activité particulière (12 %)
  - ❖ Ski de fond (8%)
  - ❖ Raquettes (7%)
  - ❖ Visites de ville (6%)



# Les comportements touristiques

- ❖ **L'existence du tourisme est à trouver dans le stress de nos sociétés: les 3 R (Rupture, Ressourcement, retrouvailles)**
- ❖ **Des comportements d'urbains (confort, hygiène, etc.)**
- ❖ **La vague du bien-être**
- ❖ **Des touristes contemplateurs: moins d'efforts, plus de distance avec la réalité du territoire visité mais en même temps apparaît néanmoins une demande pour une meilleure connaissance locale et de l'authenticité (besoin de sens)**
- ❖ **Le ludo-tourisme**
- ❖ **Un rapport ambigu à la nature**



# Les tendances du tourisme

- ❖ Multiplicité des clientèles
- ❖ La recherche d'activités complémentaires (ne plus « skier idiot » ?) et d'éviter la monotonie
- ❖ L'explosion des marchés de niche
- ❖ Une banalisation moins forte des destinations
- ❖ La personnalisation de masse (tourisme à la carte et flexibilité)
- ❖ Le management des destinations



# Les atouts de la montagne

- ❖ Sa fraîcheur
- ❖ Sa pureté et la qualité de son environnement
- ❖ Son authenticité potentielle
- ❖ Sa panoplie d'activités:
  - ❖ Les stations mono-activités ont évolué
  - ❖ Un skieur sur cinq ne pratique pas le ski
  - ❖ Stations multi-activités: luge, chemins de promenade, animations thématique, bien-être, etc.



# Les limites de la montagne

- ❖ Problème d'image: trop intense, trop d'efforts et pour beaucoup inaccessible
- ❖ Manque de culture locale et d'identité
- ❖ Nouvelles attentes des skieurs: tradition, hors-ski et après-ski, accueil et convivialité, caractère familial
- ❖ Peut répondre aux tendances actuelles l'été mais nécessite un travail d'image