

CONCLUSIONES

El turismo de montaña es uno de los segmentos más importantes de turismo de ocio y a menudo es la única vía de crecimiento y desarrollo económico en áreas oprimidas de montaña. Por tanto, el estancamiento del turismo de montaña en verano es un importante tema que hemos analizado y debatido en 8º Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña de la OMT y el Principado de Andorra.

La principal conclusión del Congreso, que reunió cerca de medio millar de participantes de 31 países, es que las nuevas tendencias del turismo de montaña en verano ofrecen grandes oportunidades de crecimiento a estas regiones y, en un marco turístico favorable, permiten a empresarios innovadores abrir nuevos mercados con nuevos productos.

1. Del viejo al nuevo modelo de turismo de verano en las regiones de montaña

En los destinos de montaña de verano se produce una evolución constante del turismo de masas hacia el turismo multi-nicho.

El turismo de montaña estival seguirá siendo uno de los segmentos más importantes de turismo de ocio, pero no todo el mundo lo practica en los países desarrollados: las familias con niños y las personas mayores no pasan en ningún caso sus tres semanas de vacaciones de verano, o más, en la montaña, y el número de repetidores en estos segmentos de mercado es bajo. El turismo de montaña de verano no es un turismo de masas: va camino de convertirse en una especie de turismo multi-nicho con una fuerte tendencia a la práctica de actividades tradicionales, como el senderismo, y otras nuevas, como la BTT.

Hay razones bien conocidas para el cambio estructural en el turismo de montaña de verano.

El turismo de verano en los destinos de montaña está en fuerte competencia con otros destinos, a menudo más baratos, soleados y accesibles. Hoy en día existen muchas opciones para pasar unas vacaciones de verano con la familia. La montaña en verano tiene una posición de venta más débil que la playa y otras ofertas turísticas. Según una encuesta realizada en Francia, dos tercios de los que viajeros potenciales en verano indicó que prefería la playa a la



montaña. Los productos turísticos estratégicos de montaña en verano, como el alpinismo o el senderismo, son productos maduros.

El turismo de verano se está convirtiendo en una cuestión de atracción por la montaña

El turismo de masas de familias y personas mayores ha terminado. El futuro visitante es un "mountainliker", como reza el título del 8º Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña, inspirado en los "likes" de Facebook. Con la proliferación de nuevos deportes de ocio y actividades de bienestar alpinas está surgiendo un nuevo turismo de verano: la montaña ofrece productos para todos los tipos de público. La evolución de la "vieja" a la "nueva" era en el turismo de montaña supone un crecimiento cualitativo más que cuantitativo, pero más sostenible. Lo cual evitará en el futuro las bien conocidas externalidades negativas del turismo de masas.

2. Tendencias favorables para el turismo de montaña en verano

Los veranos son cada vez más cálidos y largos en las áreas de montaña.

El calentamiento global está cambiando el clima de montaña: esto hace que las estancias en la montaña sean más agradables, con temperaturas moderadas y frescas. El turismo de verano en las regiones de montaña tiene cada vez más "carácter de playa": las palmeras en lugares públicos con terrazas al aire libre, contribuirán a crear un nuevo ambiente de montaña, donde los visitantes puedan disfrutar del aire puro y fresco, y nadar en las aguas claras de los lagos de montaña.

Existe una demanda creciente por los deportes de montaña y el wellness en entornos naturales.

El deseo de la población urbana de vivir experiencias de ocio en la naturaleza, el auge de la práctica de deportes y actividades al aire libre, de sentirse en entornos seguros, el incremento de gente joven en busca de aventuras en la montaña, y de gente mayor en busca de relax y bienestar, son factores que estimulan la demanda del turismo de montaña en verano.



El turismo de montaña en verano está cada vez más diversificado

El alpinismo y senderismo vuelven a estar de moda: el primero con sus vías ferratas y segundo con un número creciente de refugios de montaña cada vez más confortables, están ganando adeptos. Red Bull organiza eventos de escalada y Prada diseña calzado de senderismo. En

Corea, el senderismo es el deporte al aire libre más popular con un 12% de practicantes entre su población. Nuevos deportes y nichos de aventura como el rafting, el piragüismo o el parapente son cada día más populares. La mountain bike en todas sus variantes es, después de senderismo, el segundo pilar de las actividades de turismo de montaña. Estas nuevas disciplinas deportivas de ocio son mucho más que una simple moda impulsada por la industria de los artículos deportivos. Encontramos gente de todas las edades que buscan una “subida de adrenalina” o el “body feeling” durante sus vacaciones en la montaña.

Las estancias de ocio y trabajo en entornos idílicos de montaña son cada vez más populares.

Muchos de los visitantes potenciales de las áreas de montaña ya no dependen de las vacaciones escolares de verano en las sociedades envejecidas de los países desarrollados, donde el número de niños está disminuyendo. El trabajo y ocio se juntan en la “era del equilibrio vida-trabajo”. Las estancias en la montaña son más cortas pero a la vez más frecuentes. Durante la primavera y el otoño, cuando el paisaje se viste de bellos colores es cuando cada vez más gente acude a la montaña y aprovecha su relajada atmosfera para trabajar. Se benefician de la mejor accesibilidad a los resorts de montaña y de su mejor equipamiento tecnológico en cuanto a conexión y comunicación.

El proceso de globalización tiene como resultado la internacionalización del turismo de montaña.

Cada vez más turistas de países emergentes visitan los picos y los paisajes de montaña de los países desarrollados. Inversores de los países emergentes están financiando la renovación y la modernización de hoteles, balnearios y centros turísticos de montaña, apostando por el futuro del turismo de verano en zonas de montaña.

3. Nuevas soluciones para la promoción del turismo de montaña estival

El nuevo auge del turismo de verano en zonas de montaña no puede ser ignorado ni excluido.

Las actuales infraestructuras turísticas de verano en regiones montañosas fueron creadas por pioneros innovadores independientes hace casi dos siglos, sus primeros beneficiarios fueron las clases altas de la época, hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial. Tras un largo periodo de reestructuración, se produjo un segundo auge inesperado gracias a las vacaciones pagadas y a la industria del motor: las familias con niños y las personas mayores sustituyeron al antiguo turismo de clase alta. Un tercer boom será posible cuando emprendedores innovadores sepan aprovechar esta nueva moda y cuando las autoridades promuevan iniciativas hacia un turismo compatible con la explotación económica

Nuevas estrategias para el turismo de montaña en verano.

El largo estancamiento de la montaña del verano en los países líderes del turismo de montaña debería servir de estímulo a las autoridades y al sector empresarial para buscar nuevas estrategias que reinventen el turismo estival en la montaña. No es posible ir en contra de las grandes tendencias que influyen en el turismo de montaña, pero es necesario sumar sinergias para culminar con éxito el proceso iniciado hacia la especialización y diversificación del turismo de montaña en verano. El hecho de que la montaña ofrezca dos temporadas distintas con diferentes productos estratégicos es una ventaja competitiva. Dado que el turismo de montaña estival comienza a menudo en primavera y termina en otoño, se puede considerar como una forma de turismo que es válido durante todas las estaciones.

El turismo de montaña estival debe ser reinventado y posicionado de nuevo en el mercado.

Es importante recordar de una manera constante a los visitantes potenciales los atractivos exclusivos de las montañas: la majestuosidad de sus cimas, sus paisajes excepcionales y la naturaleza en estado puro. Y ello debe hacerse mediante iconos, como las Dolomitas, un escenario único que hace la práctica de actividades deportivas y de ocio más emocionantes. El entorno natural estimula el gusto por las actividades deportivas. El turista debe saber que la montaña en verano cuenta con teleféricos, miradores panorámicos, senderos que bordean crestas y puentes colgantes que facilitan el acceso a la montaña a todos los públicos.

Las nuevas actividades al aire libre deben ir acompañadas por infraestructuras y facilidades turísticas atractivas.

Es importante crear, mantener y señalizar rutas de senderismo por paisajes atractivos de montaña, y es necesario dotarlos de facilidades de restauración y alojamiento. Un buen ejemplo son los refugios de montaña contruidos, mantenidos y gestionados por clubes alpinos, que son asociaciones privadas con miembros voluntarios. El Club Alpino Suizo bautizó a sus refugios y cabañas en las altas montañas como "La Cadena de Hoteles de Montaña a más altura".

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación hacen más emocionante la experiencia en la montaña.

La "Smart Mountain" o montaña inteligente significa que las nuevas TIC sirven para seguir y analizar los flujos de visitantes con la finalidad de adaptar constantemente la prestación de servicios a sus necesidades. La realidad aumentada puede añadir una capa digital a las experiencias de los usuarios que comparten online sus experiencias con su círculo de amigos, motivándolos a participar en estas actividades. También significa que los sistemas de información pueden identificar el lugar donde se encuentran los usuarios para proporcionarles ayuda en caso de necesidad.

El turismo de montaña en destinos tradicionales es en buena parte de gente mayor.

El envejecimiento de los visitantes frecuentes es un serio problema para las pequeñas empresas que operan en la montaña en verano. La puesta en marcha de nuevas actividades y de deportes de aventura y de ocio, ayuda a rejuvenecer la imagen de las estaciones de montaña. Estas nuevas disciplinas necesitan en general, sofisticados equipamientos técnicos que implican importantes inversiones en infraestructuras deportivas y en formación de sus practicantes. Estas actividades deportivas de ocio crean nuevos puestos de trabajo como monitores y guías, al mismo tiempo que incrementan la producción de material deportivo y la facturación de las tiendas de los centros turísticos.

Las montañas se están convirtiendo en destinos de wellness.

El clima y las aguas termales han sido recursos turísticos de las áreas de montaña durante mucho tiempo. El turismo de salud es todavía un activo para el turismo de montaña. El wellness alpino es un concepto holístico que rejuvenece el clima tradicional y el turismo termal en áreas montañosas. Las regiones de montaña atraen a menudo mucho turismo debido a su oferta turística de ocio y relax, que se combina principalmente con visitas culturales y de carácter natural a lugares singulares.

Las estaciones de montaña deben ser más divertidas.

Las estaciones de montaña a menudo no logran crear un ambiente de vacaciones como sí lo hacen muchos centros turísticos de playa, que son su competencia. No es suficiente con llenar los balcones de flores: se debe crear un auténtico ambiente veraniego con cines al aire libre y terrazas en las calles. Eventos culturales, entretenimiento y vida nocturna sirven para potenciar la vida social en áreas de montaña y atraer no sólo a turistas, sino también a propietarios de segundas residencias que optan por alargar e incrementar sus estancias.

El tiempo cambiante en la montaña hace que sea necesario contar con instalaciones cubiertas.

Los centros turísticos han de prever las inclemencias del tiempo. El clima de montaña se caracteriza por los cambios bruscos de temperatura y por las precipitaciones, a menudo en forma de nieve, incluso durante el verano. Por lo tanto, es necesario ofrecer a los visitantes una serie de instalaciones a cubierto fácilmente accesibles, que guarden relación con los deportes y la cultura alpina.

Los centros turísticos más espectaculares de montaña a menudo son "ciudades sobre las nubes".

Su éxito se debe a que la mayoría de sus clientes provienen de la ciudad, y quieren seguir rodeados de un ambiente de ciudad, aunque apreciando la belleza y el silencio de la naturaleza. Los destinos de montaña que combinan la vida urbana con los recursos de la naturaleza tienen particularmente bastante éxito. Su tamaño les permite ofrecer muchas atracciones naturales y culturales. Su estilo de vida y su calendario de eventos los convierten



en prototipos de modernos centros turísticos de montaña de cuatro temporadas. La visión del Gobierno del Principado de Andorra, enfocada a atraer un turismo de 360 días, corresponde a este tipo de destinos.

Profesor Peter F. Keller
Abril de 2014

CONCLUSIONS

El turisme de muntanya és un dels segments més importants de turisme d'oci i sovint és l'única via de creixement i desenvolupament econòmic per les àrees oprimides de muntanya. Per la qual cosa, l'estancament del turisme de muntanya a l'estiu és tema important emma que hem analitzat i debatut dins el 8è Congrés Mundial de Turisme de Neu i Muntanya de l'OMT i el Principat d' Andorra .La principal conclusió del Congrés, que va aplegar prop de mig miler de participants de 31 països, és que les noves tendències del turisme de muntanya a l'estiu ofereixen grans oportunitats de creixement a aquestes regions i, dins un marc turístic favorable, permeten a empresaris innovadors obrir nous mercats amb nous productes .

1 . Del vell al nou model de turisme d'estiu a les regions de muntanya

A les destinacions de muntanya estivals es produeix una evolució constant del turisme de masses cap a un turisme multi - nínxol .

El turisme de muntanya estival seguirà sent un dels segments més importants de turisme d'oci, però no tothom el practica als països desenvolupats: les famílies amb nens i la gent gran no passen en cap cas les seves tres setmanes de vacances d'estiu, o més, a la muntanya, i el nombre de repetidors en aquests segments de mercat és baix. El turisme de muntanya d'estiu no és un turisme de masses: va camí de convertir-se en una mena de turisme multi - nínxol amb una forta tendència a la pràctica d'activitats tradicionals, com el senderisme; i a altres noves, com la BTT.

Hi ha raons ben conegudes per al canvi estructural en el turisme de muntanya d'estiu.

El turisme d'estiu a les destinacions de muntanya està en forta competència amb altres destinacions, sovint més barates , assolellades i accessibles. Avui en dia hi ha moltes opcions per passar unes vacances d'estiu amb la família. La muntanya a l'estiu té una posició de venda més feble que la platja i altres ofertes turístiques. Segons una enquesta realitzada a França, dos terços dels viatgers potencials durant l'estiu va indicar que preferia la platja a la muntanya



Els productes turístics estratègics de muntanya a l'estiu, com l'alpinisme o el senderisme , són productes madurs .

El turisme d'estiu s'està convertint en una qüestió d'atracció per la muntanya

El turisme de masses de famílies i gent gran s'ha acabat. El futur visitant és un "mountainliker", com diu el títol del 8è Congrés Mundial de Turisme de Neu i Muntanya, inspirat en els "likes" de Facebook. Amb la proliferació de nous esports d'oci i activitats de benestar alpines està sorgint un nou turisme d'estiu: la muntanya ofereix productes per a tot tipus de públics. L'evolució de la "vella" a la "nova" era en el turisme de muntanya suposa un creixement qualitatiu més que quantitatiu, però alhora més sostenible. La qual cosa evitarà en el futur les ben conegudes externalitats negatives del turisme de masses.

2 . Tendències favorables per al turisme de muntanya a l'estiu

Els estius són cada vegada més càlids i llargs en les àrees de muntanya.

L'escalfament global està canviant el clima de muntanya: això fa que les estades a la muntanya siguin més agradables, amb temperatures moderades i fresques. El turisme d'estiu a les regions de muntanya té cada vegada més "caràcter de platja": les palmeres en llocs públics amb terrasses a l'aire lliure, contribuiran a crear un nou ambient de muntanya, on els visitants puguin gaudir de l'aire pur i fresc, i nedar a les aigües clares dels llacs de muntanya .

Hi ha una demanda creixent pels esports de muntanya i el wellness en entorns naturals.

El desig de la població urbana de viure experiències d'oci a la natura, l'auge de la pràctica d'esports i activitats a l'aire lliure, de sentir-se en entorns segurs, l'increment de gent jove a la recerca d'aventures a la muntanya, i de gent més gran a la recerca de relax i benestar, són factors que promouen la demanda del turisme de muntanya a l'estiu .



El turisme de muntanya a l'estiu està cada vegada més diversificat

L'alpinisme i senderisme tornen a estar de moda: el primer amb les seves vies ferrades i el segon amb un nombre creixent de refugis de muntanya cada vegada més confortables, estan guanyant adeptes. Red Bull organitza esdeveniments d'escalada i Prada dissenya calçat de senderisme. A Corea, el senderisme és l'esport a l'aire lliure més popular amb un 12% de practicants entre la seva població. Nous esports i nínxols d'aventura com el ràfting, el piragüisme o el parapent són cada dia més populars. La bicicleta de muntanya en totes les seves variants és, després de senderisme, el segon pilar de les activitats de turisme de muntanya. Aquestes noves disciplines esportives de lleure són molt més que una simple moda impulsada per la indústria de material esportiu. Trobem gent de totes les edats que busquen una "pujada d'adrenalina" o el "sentir el seu cos" durant les seves vacances a la muntanya.

Les estades d'oci i treball en entorns idíl·lics de muntanya són cada vegada més populars .

Molts dels visitants potencials a les àrees de muntanya ja no depenen de les vacances escolars d'estiu dins les societats envellides dels països desenvolupats, on el nombre de nens està disminuint. El treball i oci s'ajunten en l'era de l'equilibri vida-treball". Les estades a la muntanya són més curtes però alhora més freqüents. Durant la primavera i la tardor, quan el paisatge es vesteix de bells colors és quan cada vegada més gent va a la muntanya i aprofita la seva atmosfera relaxada per treballar. Es beneficien de la millor accessibilitat als complexos de muntanya i d'un millor equipament tecnològic pel que fa a connexió i comunicació .

El procés de globalització té com a resultat la internacionalització del turisme de muntanya.

Cada vegada més turistes de països emergents visiten els cims i els paisatges de muntanya dels països desenvolupats. Inversors dels països emergents estan finançant la renovació i la modernització d'hotels, balnearis i centres turístics de muntanya, apostant pel futur del turisme d'estiu en zones de muntanya.



3 . Noves solucions per a la promoció del turisme de muntanya estival

El nou auge del turisme d'estiu en zones de muntanya no pot ser ignorat ni exclòs .

Les actuals infraestructures turístiques d'estiu en regions muntanyoses van ser creades per pioners innovadors independents fa gairebé dos segles, els seus primers beneficiaris van ser les classes altes de l'època, fins a l'inici de la Primera Guerra Mundial. Després d'un llarg període de reestructuració, es va produir un segon auge inesperat, gràcies a les vacances pagades i a la indústria del motor: les famílies amb nens i la gent gran van substituir l'antic turisme de classe alta. Un tercer boom serà possible quan emprenedors innovadors sàpiguen aprofitar aquesta nova moda, i les autoritats promoguin iniciatives cap a un turisme compatible amb l'explotació econòmica

Noves estratègies per al turisme de muntanya a l'estiu.

El llarg estancament de la muntanya a l'estiu als països líders del turisme de muntanya hauria de servir d'estímul a les autoritats i al sector empresarial per buscar noves estratègies que reinventin el turisme estival a la muntanya. No és possible anar en contra de les grans tendències que influeixen en el turisme de muntanya, però cal sumar sinèrgies per culminar amb èxit el procés iniciat cap a l'especialització i diversificació del turisme de muntanya a l'estiu. El fet de que la muntanya ofereixi dues temporades diferents amb diferents productes estratègics és un avantatge competitiu. Atès que el turisme de muntanya estival comença sovint a la primavera i acaba a la tardor, es pot considerar com una forma de turisme vàlida al llarg de les quatre estacions.

El turisme de muntanya estival ha de ser reinventat i posicionat de nou en el mercat .

És important recordar d'una manera constant als visitants potencials els atractius exclusius de les muntanyes: la majestuositat dels seus cims, els seus paisatges excepcionals i la natura en estat pur. I això s'ha de fer mitjançant icones, com les Dolomites, un escenari únic que fa la pràctica d'activitats esportives i d'oci més emocionants. L'entorn natural estimula el gust per les activitats esportives. El turista ha de saber que la muntanya a l'estiu compta amb telefèrics, miradors panoràmics, senders que voregen crestes i ponts penjants que faciliten l'accés a la muntanya a tots els públics.



Les noves activitats a l'aire lliure han d'anar acompanyades per infraestructures i facilitats turístiques atractives .

És important crear, mantenir i senyalitzar rutes de senderisme per paisatges de muntanya atractius, i cal dotar-los de facilitats de restauració i allotjament. Un bon exemple són els refugis de muntanya bastits, mantinguts i gestionats pels clubs alpins, que són associacions privades amb membres voluntaris. El Club Alpí Suís va batejar als seus refugis i cabanes a les altes muntanyes com "La Cadena d'Hotels de Muntanya a més alçada" .

Les noves tecnologies de la informació i la comunicació fan més emocionant l'experiència a la muntanya .

La "Smart Mountain" o muntanya intel·ligent significa que les noves TIC serveixen per seguir i analitzar els fluxos de visitants amb la finalitat d'anar adaptant constantment la prestació de serveis a les seves necessitats. La realitat augmentada pot afegir una capa digital a les experiències dels usuaris, que comparteixen en línia seves experiències amb el seu cercle d'amics, motivant-los a participar en aquestes activitats. També significa que els sistemes d'informació poden identificar el lloc on es troben els usuaris per proporcionar-los ajuda en cas de necessitat.

El turisme de muntanya a destinacions tradicionals està format en bona part per gent gran.

L'envelliment dels visitants freqüents és un seriós problema per a les petites empreses que operen a la muntanya a l'estiu. La posada en marxa de noves activitats i d'esports d'aventura i d'oci, ajuda a rejuvenir la imatge de les estacions de muntanya. Aquestes noves disciplines necessiten en general, de sofisticats equipaments tècnics que impliquen importants inversions en infraestructures esportives i en formació dels seus practicants. Aquestes activitats esportives de lleure creen nous llocs de treball en forma de monitors i guies, al mateix temps que incrementen la producció de material esportiu i la facturació de les botigues dels centres turístics.

Les muntanyes s'estan convertint en destinacions de wellness .

El clima i les aigües termals han estat recursos turístics de les àrees de muntanya durant molt de temps. El turisme de salut és encara un actiu per al turisme de muntanya. El wellness alpin és



un concepte holístic que rejuveneix el clima tradicional i el turisme termal en àrees muntanyoses. Les regions de muntanya atreuen sovint molt turisme causa de la seva oferta d'oci i relax, que es combina principalment amb visites culturals i de caràcter natural a llocs singulars.

Les estacions de muntanya han de ser més divertides .

Les estacions de muntanya sovint no aconsegueixen crear un ambient de vacances com sí ho fan molts centres turístics de platja, que són la seva competència. No n'hi ha prou amb guarnir els balcons de flors: s'ha de crear un autèntic ambient estiuenc amb cinemes a l'aire lliure i terrasses als carrers. Esdeveniments culturals, entreteniment i vida nocturna serveixen per potenciar la vida social en àrees de muntanya i atreure no només als turistes, sinó també als propietaris de segones residències que opten per allargar i incrementar les seves estades.

El temps canviant a la muntanya fa que sigui necessari comptar amb instal·lacions cobertes.

Els centres turístics han de preveure les inclemències del temps. El clima de muntanya es caracteritza pels canvis bruscos de temperatura i per les precipitacions, sovint en forma de neu, fins i tot a l'estiu. Per tant, cal oferir als visitants una sèrie d'instal·lacions a cobert fàcilment accessibles, que guardin relació amb els esports i la cultura alpina.

Els centres turístics més espectaculars de muntanya sovint són "ciutats per sobre els núvols".

El seu èxit es deu al fet que la majoria dels seus clients provenen de la ciutat, i volen seguir envoltats d'un ambient de ciutat, encara apreciament la bellesa i el silenci de la natura. Les destinacions de muntanya que combinen la vida urbana amb els recursos de la natura tenen en particular, força èxit. La seva mida les permet d'oferir moltes atraccions naturals i culturals. El seu estil de vida i el seu calendari d'esdeveniments les converteixen en prototips de moderns centres turístics de muntanya de quatre temporades. La visió del Govern del Principat d' Andorra, enfocada a atreure un turisme de 360 dies, correspon a aquest tipus de destinacions.

Professor Peter F. Keller - Abril de 2014

CONCLUSIONS

Mountain tourism is one of the most important forms of leisure tourism. It is often the only alternative for growth and development in poor mountain economies. The stagnation of summer tourism in important mountain destinations is therefore a major problem which was analyzed and discussed at UNWTO's 8th World Congress on Snow and Mountain Tourism. The main conclusion of the Congress, which attracted almost 500 participants from 31 different countries, was that new trends offer many new opportunities for the growth of summer tourism in mountain regions if a framework of tourism-friendly conditions allows innovative entrepreneurs to target new markets with new products.

1 - From old-fashioned to state-of-the-art summer tourism in mountain regions

There is an ongoing shift from mass tourism to multi-niche tourism in mountain summer destinations.

Summer tourism will remain as one of the most important forms of leisure tourism in developed countries but it is slowly being diversified to such an extent that fewer families with children and the elderly are spending three or more weeks of their summer holidays in the mountains. Furthermore, the number of repeaters in these market segments is declining.

Mountain summer tourism is no longer mass tourism in the traditional mountain countries. It has become sort of a multi-niche tourism that still maintains traditional leisure tourism activities such as hiking and new ones such as mountain biking.

There are well known reasons for the structural change in mountain summer tourism.

Summer tourism in mountain destinations is in strong competition with other destinations such as beach resorts which are often cheaper, more accessible and have better weather conditions. Nowadays, there are many options for spending summer holidays with the family. Mountain summer tourism has a weaker unique selling position than beach destinations. Two thirds of the French summer tourists indicated recently in a survey that they prefer to spend their holidays in coastal destinations rather than in the mountains. The strategic mountain



summer tourism products such as alpinism or hiking are mature and form part of their attractiveness.

Summer tourism is becoming an option for visitors who like spending their leisure time in mountains

Mountain regions as a destination for families and older people have lost part of their charm and a new clientele needs to be addressed. The future visitor is identified as a “Mountainliker”, as the theme of the 8th World Congress on Snow and Mountain Tourism suggests, by taking Facebook as a reference with its communities of “likers”. With a new form of summer tourism is emerging with the proliferation of new leisure sports and Alpine wellness activities, there is something offered for everybody during the mountain season. The ongoing change from the old to the new model of mountain tourism is sustainable as it is based on sustainable growth in quality. The growth rate of visitors might not be as extensive but in terms of returns it is substantial and will therefore help to avoid the negative consequences of mass tourism.

2 - Favorable trends for mountain summer tourism

Summers are becoming warmer and lasting longer in mountains.

Global warming is changing the mountain climate. It makes mountain summer stays more pleasant with its moderate and fresher temperature in comparison with other destinations. Summer tourism in mountain regions is exhibiting more and more of a “beach character”. Palm trees in public places where people drink coffee will contribute to creating a new mountain atmosphere. Its fresh and open-air character can be enjoyed by visitors. Moreover, swimming in the clear waters of mountain lakes is becoming an alternative to the overcrowded beaches of coastal destinations.

There is a growing demand for nature near mountain sports and alpine wellness areas.

The urban lifestyle creates a demand for placing nature near leisure experiences, which boosts outdoor sports and recreation. The increasing number of younger people looking for mountain adventures in a secure environment as well as older people in search of Alpine wellness is a



clear consequence of this trend and becomes an important factor for stimulating the demand for summer tourism in mountains.

Summer mountain tourism is continually becoming more diverse.

Alpinism and hiking are becoming fashionable again. These activities, with protected climbing routes and high-end offers of comfortable mountain accommodations augment the demand for outdoor activities. Their recognition is increasing as observed in corporate sponsorships, products and events, such as Red Bull's climbing events and Prada's line of hiking shoes. In Korea, hiking is the most popular outdoor sport with 12% of its population practicing it. New adventure and niche sports such as river rafting, canoeing or paragliding are becoming popular nowadays. Mountain biking of all forms has become the second pillar of mountain tourism activities after hiking. These new leisure sports are more than just a hype triggered by the sporting goods industry. The range of people who like the "adrenaline kick" in their summer holidays is growing and turns mountain regions into a competitive summer destination.

Stays for leisure and work in pleasant mountain places is becoming more popular.

Many potential mountain tourism visitors are no longer dependent on the summer school holidays. The demographic problems in most developed countries have led to a smaller share of children and teenagers whereas the share of the older generations is constantly growing. The new working and leisure time mix in the era of "work-life-balance" has further effects on flexibility in choosing the right time for holidays. Shorter but more frequent mountain stays in spring and fall when mountain nature shows its most beautiful colours have become a growing trend. There is also a rising number of people who profit from the quiet mountain atmosphere to work. They benefit from the improving accessibility of mountain resorts and from the well-developed standards of modern information and communication technologies.

The ongoing globalization process has led to an internationalization of mountain tourism.

An increasing number of visitors from emerging countries are visiting the peaks and mountain landscapes of developed countries. Investors from emerging countries finance the rejuvenation and the modernization of hotels, spas and other mountain tourism facilities. Their investment ensures the long-term development of summer tourism in mountain areas.

3 - New solutions for promoting mountain summer tourism

A new summer tourism boom in mountain areas can neither be expected nor excluded.

The actual structures of summer tourism in mountain regions were created by pioneering independent innovators almost two centuries ago who profited from the first run to the Alps of visitors from the upper classes of that time. This “belle époque” of mountain tourism ended with the beginning of the First World War. After a long period of restructuring, an unexpected second boom of summer tourism in mountain regions began due to paid leaves and individual mobility. Families with children and older people replaced the former upper class visitors. A third summer boom in mountains is likely if innovative entrepreneurs take advantage of the new trends and if authorities are able to stimulate private sector initiatives by mountain tourism-friendly business environments.

There is a need for new mountain summer tourism strategies in mountain countries.

The long lasting stagnation of mountain summer in leading mountain tourism countries should motivate the authorities and the private sector to jointly develop new strategies for reinventing summer tourism in mountains. It is not possible to act contrary to the big trends which influence mountain tourism there is actually a need to join forces to continue in a targeted way the ongoing process of specialization and differentiation of Alpine summer tourism. The fact that mountain tourism offers two different seasons with different strategic products is a competitive advantage. Since summer mountain tourism often starts in the spring and ends in the fall, it can be considered as a form of tourism which encompasses all the seasons.

Mountain summer tourism has to reinvent and reposition its marketing strategy

It is important to promote and market among visitors the unique attractions of mountains with their majestic peaks, their outstanding and picturesque panoramas and their wild nature. Icons such as the Dolomites have to communicate an ideal setting to convey that leisure sports activities are better practiced outside of home. The mountain environment stimulates the pleasure of sports activities. The objective should be to successfully transmit the fact that summer tourism facilities such as cable cars, panorama platforms, cliff walks and suspension bridges make mountains easy and accessible for everybody.



New mountain outdoor activities must be accompanied by modern infrastructures and attractive tourism facilities.

It is important to build, maintain and promote hiking trails in attractive mountain landscapes. It is likewise necessary to create around those trails catering and lodging facilities. A good example is the mountain lodges built, maintained and managed by Alpine Clubs which is a private association with volunteering members. The Swiss Alpine Club called its lodges and huts in the high mountains the “Highest Mountain Hotel Chain”.

New information and communication technologies can help to make the mountain experience more exciting and safer.

A “Smart Mountain Country” or an intelligent mountain region means that the new ICT technologies are being used to analyze and track visitors’ flows in order to constantly adapt the provision of services to the needs of the visitor. Augmented reality with its digital layer can enhance the mountain experiences of individuals who can simultaneously share them through innovative communication channels with their network. This can eventually trigger the desire for mountain tourism activities. Smart information systems and applications can further help visitors to geo-localize and avoid risky situations or facilitate quick help in case of emergencies. Making mountains safer is crucial to success to facilitate access for potential visitors.

The guests who visit mountains in most of the traditional mountain countries during the summer are aging.

The aging of the repeaters is a serious problem for small enterprises which operate in the field of mountain summer tourism. The trend towards new adventure and leisure sports activities helps to rejuvenate the image of mountain resorts. These new disciplines need in general sophisticated equipment and techniques which lead to important investments in sports material and in training facilities for their practitioners. These leisure sports activities create new employment in resorts for teachers and guides and likewise increase the return of the sports goods manufacturers and its shops in the resorts.

Mountains are increasingly becoming a place for health and wellbeing.

Mountains have for a long time attracted many guests for their climate and thermal water resources. Health tourism is still an asset for mountain tourism. Alpine wellness is a holistic concept which rejuvenates traditional climate and spa tourism in the mountains. Mountain regions are often very successful in attracting visitors with their soft and recreational tourism which is mostly combined with the visit of unique cultural and natural monuments.

Mountain resorts have to offer and create a new atmosphere through a more diverse range of events and activities.

Mountain resorts often do not succeed in creating a holiday atmosphere as is the case in many beach resorts which are their competitors. It is no longer sufficient to embellish balconies with flowers. A new summer atmosphere with open air cinemas or restaurants in public places should be created. Cultural events, entertainment and nightlife can stimulate social life in mountain resorts and attract not only visitors but also owners of secondary homes who decide to stay there more frequently.

The changing mountain weather makes it necessary to offer indoor facilities.

Mountain tourism resorts have to respond to the risks of changing weather conditions. Mountain climate is characterized by sudden changes in temperature and rainfall often in the form of snow even during the summer season. It is therefore necessary to offer visitors a number of indoor facilities which they also enjoy in their daily life environment, particularly in the field of mountain sports and culture.

The most spectacular mountain resorts are often “cities over the clouds”.

Modern mountain resorts with a wide range of modern urban amenities are successful since the contemporary visitors are urban dwellers. Most of them want to live in a city atmosphere and appreciate at the same time the beauty and the silence of nature. Mountain resorts which combine urban life with the mountain resources are particularly successful. Their size allows them to offer many natural and cultural attractions. Lifestyle, shopping and events in such places make them the prototypes of modern four season mountain resorts. The vision of the



government of the Principality of Andorra which aims to attract a year-round tourism corresponds to this type of destination.

Professor Peter F. Keller

April 2014

CONCLUSIONS

Le tourisme de montagne est l'un des segments les plus importants du tourisme de loisirs et souvent le seul moyen de croissance et de développement économique dans les zones opprimées de montagne. Par conséquent, la stagnation du tourisme de montagne, en été, est un thème important que nous avons analysé et débattu dans le 8ème Congrès Mondial de Neige et Montagne de l'OMT et la Principauté d'Andorre. La principale conclusion du Congrès, qui a réuni environ cinq cents participants de 31 pays, est que les nouvelles tendances du tourisme de montagne l'été, offrent de grandes possibilités de croissance dans ces régions et, dans un cadre touristique favorable, permettent aux entreprises innovantes d'ouvrir de nouveaux marchés avec de nouveaux produits.

1 – De l'ancien au nouveau modèle de tourisme d'été dans les régions de montagne

Aux destinations estivales de montagne se produit une évolution constante du tourisme de masse vers un tourisme multi-niches.

Le tourisme estival de montagne restera l'un des segments les plus importants du tourisme de loisirs, mais dans les pays développés tout le monde ne le pratique pas : les familles avec enfants et les personnes âgées ne passent en aucun cas, leurs trois semaines de vacances d'été, ou plus, à la montagne, et le nombre de ceux qui y reviennent dans ces segments-là du marché est faible. Le tourisme de montagne d'été n'est pas un tourisme de masse : il est en phase de devenir une sorte de tourisme multi-niches avec une forte tendance à pratiquer des activités traditionnelles, telles que la randonnée et comme nouveauté, le VTT.

Il y a des raisons bien connues pour le changement structurel dans le tourisme de montagne l'été

Le tourisme estival dans les destinations de montagne est en forte concurrence avec d'autres destinations, souvent moins chères, ensoleillées et accessibles. Aujourd'hui, il existe de nombreuses options pour passer des vacances d'été en famille. La montagne en été a une marge de ventes plus faible que la plage et d'autres offres touristiques. Selon une enquête réalisée en France, les deux tiers des voyageurs potentiels pendant l'été ont indiqué qu'ils préféreraient la plage à la montagne.



Les produits touristiques stratégiques de montagne en été, comme l'alpinisme ou la randonnée, sont des produits matures.

Le tourisme estival est en train de devenir une question d'attrait pour la montagne

Le tourisme de masse familial et celui des personnes âgées est terminé. Le futur visiteur est un "«mountainliker»" comme le dit le titre du 8ème Congrès Mondial du Tourisme de Neige et Montagne, inspiré par des «likes» de Facebook. Avec la prolifération de nouveaux sports de loisirs et d'activités alpines de bien-être, un nouveau tourisme estival est en train d'émerger : la montagne offre des produits pour tous types de public. L'évolution de « l'ancienne » à la «nouvelle» ère dans le tourisme de montagne suppose une croissance qualitative plutôt que quantitative, mais plus durable. Dans le futur, cela évitera les très connues externalités négatives du tourisme de masse.

2. Tendances favorables pour le tourisme de montagne en été

Les étés sont de plus en plus chauds et longs dans les régions de montagnes.

Le réchauffement global est en train de changer le climat en montagne : cela fait que les séjours à la montagne soient plus agréables, avec des températures modérées et fraîches. Le tourisme estival dans les régions de montagne a de plus en plus « un caractère de plage » : les palmiers dans les lieux publics avec terrasses à l'air libre, contribuent à créer une nouvelle ambiance de montagne, où les touristes peuvent profiter de l'air pur et frais, et nager dans les eaux claires des lacs de montagne.

Il y a une demande croissante pour les sports de montagne et de wellness dans des milieux naturels.

Le désir de la population urbaine de vivre des expériences de loisirs dans la nature ; la hausse de la pratique de sports et d'activités de plein air ; de se sentir dans un environnement sûr ; l'augmentation chez les jeunes en quête d'aventure à la montagne ; et les personnes âgées à la recherche de détente et bien-être, sont des facteurs qui stimulent la demande du touriste en montagne en été.

Le tourisme de montagne en été est de plus en plus diversifié

L'alpinisme et la randonnée reviennent à la mode : le premier avec les vias ferratas et le second avec un nombre croissant de refuges de montagne, de plus en plus confortables, faisant plus d'adeptes. Red Bull organise des événements d'escalade et Prada dessine des



chaussures de randonnée. En Corée, la randonnée est le sport de plein air le plus populaire avec 12 % de pratiquants parmi sa population. Nouveaux sports et niches d'aventure comme le rafting, le canoë et le parapente sont de jour en jour plus populaires. Le VTT dans toutes ses variantes est, après la randonnée, le second pilier des activités de tourisme de montagne. Ces nouvelles disciplines sportives de loisirs sont beaucoup plus qu'une simple mode soutenue par l'industrie des articles de sport. Nous trouvons des personnes de tout âge qui sont à la recherche d'une « montée d'adrénaline » ou de « sentir leur corps » pendant leurs vacances à la montagne.

Les séjours de loisirs et travail dans des environnements idylliques de montagne sont de plus en plus populaires.

De nombreux visiteurs potentiels, dans les zones de montagne, ne dépendent pas des vacances scolaires d'été, dans les sociétés vieillissantes des pays développés, où le nombre d'enfants est en diminution. Le travail et les loisirs se joignent à «l'ère de l'équilibre vie-travail». Les séjours à la montagne sont plus courts mais plus fréquents. Au printemps et en automne, quand le paysage est habillé de belles couleurs, c'est lorsque de plus en plus de gens vont à la montagne et profitent de son atmosphère relaxante pour travailler. Ils bénéficient d'une meilleure accessibilité aux stations de montagne et d'un meilleur équipement technologique en termes de connexion et de communication.

Le processus de mondialisation a entraîné l'internationalisation du tourisme de montagne.

De plus en plus de touristes, en provenance de pays émergents, visitent les cimes et les paysages de montagne des pays développés. Les investisseurs dans les pays émergents financent la rénovation et la modernisation d'hôtels, de stations balnéaires et de centres touristiques, en pariant sur l'avenir du tourisme estival dans les zones de montagne.

3. Nouvelles solutions pour la promotion du tourisme de montagne l'été

Le nouvel essor du tourisme d'été dans les régions de montagne ne peut être ni ignoré ni exclu.

Les actuelles infrastructures touristiques d'été dans les régions montagneuses ont été créées par des pionniers innovateurs indépendants, il y a près de deux siècles. Les premiers bénéficiaires en ont été les classes supérieures de l'époque, jusqu'au début de la Première Guerre Mondiale. Après une longue période de restructuration, il s'est produit un deuxième coup de pouce inespéré, grâce aux congés payés et à l'industrie du moteur : les familles avec



enfants et les personnes âgées ont remplacé l'ancien tourisme haut de gamme. Un troisième boom sera possible lorsque des entrepreneurs innovateurs auront profités de cette nouvelle mode et que les autorités promouvront des initiatives, visant un tourisme compatible avec l'exploitation économique.

Nouvelles stratégies pour le tourisme de montagne en été.

La longue stagnation de la montagne l'été, dans les pays leaders, devrait servir à stimuler les autorités et le secteur des entreprises pour trouver de nouvelles stratégies afin de réinventer le tourisme estival à la montagne. Il n'est pas possible d'aller contre les grandes tendances qui influent sur le tourisme de montagne, mais il est nécessaire d'additionner les synergies pour atteindre avec succès, le processus initié vers la spécialisation et la diversification du tourisme de montagne en été. Le fait que la montagne offre deux saisons différentes, avec plusieurs produits stratégiques, est un avantage concurrentiel. Depuis que le tourisme de montagne d'été commence souvent au printemps et se termine à l'automne, on peut le considérer comme une forme valable de tourisme tout au long des quatre saisons.

Le tourisme de montagne d'été doit-être encore réinventé et repositionné sur le marché.

Il est important de rappeler d'une manière constante, aux visiteurs potentiels, les attraits exclusifs des montagnes, la majesté de ses sommets, ses paysages exceptionnels et la nature à l'état pur. Cela doit-être fait moyennant des icônes telles que les Dolomites, un cadre unique qui permet la pratique d'activités sportives et de divertissements plus émotionnels. L'environnement naturel stimule le goût pour les activités sportives. Le touriste doit savoir que la montagne, en été, a des téléphériques, belvédères panoramiques, sentiers bordant les crêtes et des ponts suspendus qui facilitent l'accès à la montagne pour tout public.

Les nouvelles activités de plein air doivent-être accompagnées d'infrastructures et d'installations touristiques attrayantes.

Il est important de créer, de maintenir et de signaler des sentiers de randonnée dans un paysage de montagne attrayant, et les doter de points de restauration et d'hébergement. Un bon exemple, sont les refuges de montagne construits, entretenus et gérés par les clubs alpins, qui sont des associations privées avec des membres bénévoles. Le Club Alpin Suisse a baptisé ses refuges et cabanes, dans les hautes montagnes, comme " La Chaîne d'Hôtels de Montagne la plus haute".



Les nouvelles technologies de l'information et de la communication rendent plus émotionnante l'expérience à la montagne.

Le "Smart Mountain" ou montagne intelligente signifie que les nouveaux TIC servent à suivre et analyser les flux de visiteurs afin de s'adapter en permanence, à fournir des services à leurs besoins. La réalité augmentée peut ajouter une couche digitale aux expériences des utilisateurs qui partagent leurs expériences en ligne, avec leur cercle d'amis, en les encourageant à participer à ces activités. Cela signifie également, que les systèmes d'informations peuvent identifier le lieu où se trouvent les utilisateurs et leur fournir une assistance, en cas de besoin.

Le tourisme de montagne aux destinations traditionnelles se constitue en grande partie par les personnes âgées.

Le vieillissement des fréquents visiteurs est un problème sérieux pour les petites entreprises opérant dans les montagnes en été. La mise en œuvre de nouvelles activités, de sports d'aventure et de loisirs, contribue à rajeunir l'image des stations de montagne. Ces nouvelles disciplines ont besoin généralement, d'équipements techniques sophistiqués, impliquant d'importants investissements en infrastructures sportives et la formation de ses pratiquants. Ces activités sportives et de loisirs créent de nouveaux emplois tels que, moniteurs et guides, tout en augmentant la production d'équipements de sport et le chiffre d'affaires des magasins des centres touristiques.

Les montagnes deviennent des lieux de wellness.

Le climat et les eaux thermales ont été très longtemps, une source touristique dans les zones de montagne. Le tourisme de santé est toujours un atout pour le tourisme de montagne. Le wellness alpin est un concept holistique qui rajeunit le climat traditionnel et le tourisme thermal dans les zones montagneuses. Les régions de montagne, attirent souvent beaucoup de tourisme en raison de leur offre touristique de loisirs et de détente, qui est principalement associée à des visites culturelles et à caractère naturel des lieux uniques.

Les stations de montagne doivent-être plus amusantes.

Les stations de montagne ne parviennent souvent pas à créer une atmosphère de vacances comme le font de nombreuses stations balnéaires qui sont, sa concurrence. Il ne suffit pas de remplir les balcons de fleurs : vous devez créer une véritable ambiance estivale avec des cinémas en plein air et des terrasses dans les rues. Les événements culturels, divertissements et vie nocturne, servent à améliorer la vie sociale dans les zones de montagne et attirer, non



seulement les touristes, mais aussi, les propriétaires de résidences secondaires qui choisissent de prolonger et d'augmenter leur séjour.

Le temps changeant à la montagne fait qu'il est nécessaire d'avoir des installations couvertes.

Les centres touristiques doivent prévoir les incertitudes du temps. Le climat de montagne se caractérise par des changements brusques de température et par des précipitations, souvent sous forme de neige, même en été. Par conséquent, il est nécessaire d'offrir aux visiteurs une gamme d'équipements à l'intérieur, facilement accessibles, qui ont trait aux sports et à la culture alpine.

Les stations de montagne les plus spectaculaires sont les «villes au-dessus des nuages ».

Son succès est dû au fait que la plupart de leurs clients viennent de la ville, et veulent continuer à être entouré d'une atmosphère de la ville, mais en appréciant la beauté et le silence de la nature. Les destinations de montagne qui associent la vie urbaine avec les ressources de la nature ont en particulier beaucoup de succès. Leur taille leur permet d'offrir de nombreux sites naturels et culturels. Leur style de vie et leur calendrier d'événements, les transforment en des prototypes de stations modernes de montagne, pendant les quatre saisons. La vision du Gouvernement de la Principauté d'Andorre, visant à attirer le tourisme de 360 jours, correspond à ce type de destination.

Professor Peter F. Keller
Avril 2014