

## 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'ajouter 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 émouvante 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