

Atelier n° 3 – L'avenir des stations de montagne pyrénéennes COMPTE RENDU

Animateurs : - Pierre TORRENTE, directeur du campus des métiers du tourisme pyrénéen et président de l'association Transition des territoires de montagne (2TM)
- Émilie LETURCQ, chef de projet Avenir Montagnes du Couserans

Invité : Xavier TRANCHANT, directeur général Abest Horizons

12 participants

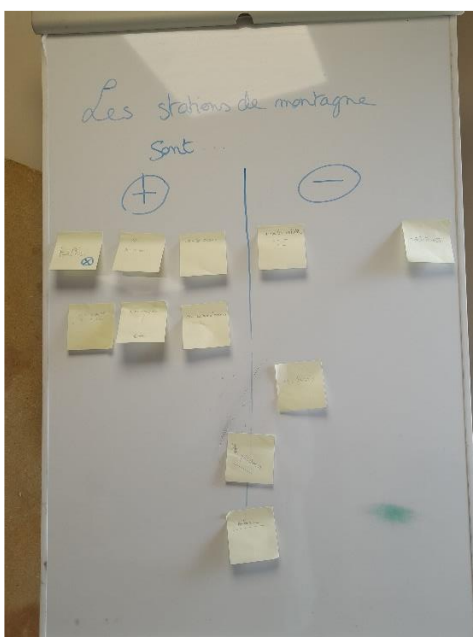
OBJECTIF DE L'ATELIER

Amener les participants à réfléchir à la problématique de la transition des stations de montagne des Pyrénées de façon générale (sans cibler une station en particulier).

DÉROULÉ

1. Jeu brise-glace : « Les stations de montagne sont... »

Les participants ont été invités à écrire sur un post-it un mot que leur évoquent spontanément les stations de montagne, en complétant la phrase : « Les stations de montagne sont... » Puis, tout en se présentant, chacun a collé son post-it dans un tableau partagé en deux : vision positive ou vision négative.



+	+/-	-
Belles	Un paradoxe	Foutues
Belles	Hétérogènes	Sur la sellette
Accessibles		En sursis
Des lieux de loisirs		
A ré-imaginer		
En développement / en innovation		
Des laboratoires		

L'objectif était de sonder, à l'échelle du groupe, quel est le sentiment dominant lorsqu'on aborde le sujet des stations avec des acteurs du monde du tourisme. Au final, le résultat montre une vision plutôt positive

des stations et de leur avenir, sans nier toutefois les difficultés et les défis auxquelles elles sont confrontées.

2. Discussion autour de l'étude ClimSnow

Xavier Tranchant, directeur général d'Abest Horizons, a poursuivi et approfondi l'explication de l'outil ClimSnow présenté le matin en plénière. Cet outil de projection climatique, basé sur des données scientifiques, vise à projeter à l'échelle d'une station les perspectives élaborées au niveau mondial par le GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat). Sur le Couserans, la station de Guzet a mobilisé cet outil via le plan Avenir Montagnes, les résultats sont attendus pour l'été 2024. Les participants de l'atelier ont pu discuter et questionner en détail l'intérêt de cet outil pour le territoire mais aussi ses limites.

Pour en savoir plus sur l'outil ClimSnow : <https://www.climsnow.com/>

3. Atelier participatif

Les participants, partagés en deux groupes, ont été invités à compléter deux tableaux disposés sur des tables, avec cette question de départ : **quelles solutions inventer pour que les Pyrénées maintiennent une activité économique sur leurs stations de ski ?**

Les participants, individuellement ou en groupe, devaient imaginer des actions et les décliner ensuite en objectifs, moyens, et facteurs de réussite ou d'échec.

Table 1 : que peut faire la station pour se réinventer ?

4 colonnes

- action proposée
- objectif/résultat attendu
- moyens à mettre en œuvre
- facteurs de réussite ou d'échec

Table 2 : que peut faire le territoire autour de la station pour la maintenir ?

4 colonnes

- action proposée
- objectif/résultat attendu
- moyens à mettre en œuvre
- facteurs de réussite ou d'échec

QUE PEUT FAIRE LA STATION POUR SE REINVENTER ?

Action Proposée	- Varier les activités sans dépendre de la météo - S'appuyer sur l'existant à proximité	Identifier et optimiser les secteurs à potentiel skiable	Travail sur l'identité	Utiliser au mieux le potentiel du territoire qui peut servir de support naturel pour le faire s'épanouir	Promotion, communication	Participer à la construction d'un projet alternatif et complémentaire piloté par les actionnaires de l'actuelle station
Objectif / Résultat attendu	- Cible et public plus large - Période d'ouverture plus longue	Optimiser les ressources financières et dépenser intelligemment	Se démarquer	Les moyens sont réduits à une échelle moyenne mais ouvre une création acceptable quant à l'environnement en maintenant le naturel	Visibilité = augmentation de la fréquentation	Projet partagé, nourri par la participation et les données du terrain (station)
Moyens à mettre en œuvre	- Concertation, communiquer avec l'ensemble des acteurs (commerçants) - Recherche d'exemples inspirants	- Climsnow - Etude de terrain	Travail collectif à développer, accompagnement marketing	Réflexions de tous, échanges pour "construire" un lieu attractif	Moyens humains et financiers	Création d'association (commerçants, école de ski, ski-club...)
Facteurs de réussite ou d'échec	La cohésion ou non des acteurs concernés	Bien délimiter les secteurs avec les activités	Travail commun des acteurs	Tenir la barre et ne pas laisser le projet à n'importe qui : garder précieusement des avis de terrains	Tenir sa promesse. Ne pas décevoir les clients	- Qualité du modérateur (élus) et des conseils - Qualité de la participation - Interaction des données objectives : météo, moyens financiers ...

QUE PEUT FAIRE LE TERRITOIRE AUTOUR DE LA STATION POUR LA MAINTENIR ?

Action Proposée	<ul style="list-style-type: none"> - Transport en commun - Diversification des activités autour de la station - Mutualisation des emplois 	Prendre conscience de la fin d'un modèle et changer de paradigme (modèle actuel : saison intense entre de longues périodes de fermeture)	Optimiser la qualité de l'accueil, du parcours client/ usager	Accès facilité pensé pour simplifier (pourquoi pas regrouper) et respecter l'environnement	Instruire un projet : <ul style="list-style-type: none"> - sous double contrainte (financière + réchauffement climatique) - viable - partagé
Objectif / Résultat attendu	<ul style="list-style-type: none"> - Plus accessible - Rester attractif même sans neige - Maintenir des emplois et des habitants 	Vie de montagne Territoire vivant	Mettre en lumière le rayonnement du territoire	Ne pas maintenir la vie que sur la période hivernale, neigeuse mais baser sur une ouverture d'esprit, de <u>découverte</u> naturelle et autre, mais avec accès à tout âge, enfants, adultes.	Projet alternatif, complémentaire au ski <ul style="list-style-type: none"> - séduisant les financiers publics et privés - complémentaire aux autres stations - complet : investissement, cibles, moyens, ...
Moyens à mettre en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> - Investissements publics - Investissements public-privé - Groupement d'employeurs : étude des besoins selon les périodes 	Accompanyer les structures privées et publiques sur les périodes creuses (finance-ment)	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse forces-faiblesses - Quels bassins de vie ? - Promouvoir et être fier de son identité 	Redonner vie aux centres d'accueils (colonie et vacanciers familiaux) Construction d'une "hôtellerie service" sans jouer sur des "tapes à l'oeil" (pratique)	<ul style="list-style-type: none"> - Ouverture (état d'esprit) / participation des acteurs locaux (commerçants, école de ski, exploitant du domaine skiable...) - Période de construction avec aide financière + conseils qui vont écouter/ alimenter - Nécessité d'une méthodologie de construction
Facteurs de réussite ou d'échec	<ul style="list-style-type: none"> - Volonté public / privé - Concertation 	Acceptation...	<ul style="list-style-type: none"> - Echange/ partage - Gouvernance - Humilité 	Lieu de vie agréable à partager	<ul style="list-style-type: none"> - Ouverture à tous les acteurs locaux / écoute - Data indiscutables - Aide extérieure - Elus à la hauteur... - Périmètre large

Actions supplémentaires non développées :

- Modifier la mise en avant de la station en indiquant le manque de neige
- Action de "portes ouvertes" aux socio-professionnels
- Impliquer les acteurs locaux (autres que ceux de la station)

Chaque contribution aux tableaux a fait l'objet d'échanges et de discussions entre les participants, permettant de nourrir la réflexion commune. Les contributions fournies doivent permettre de contribuer aux projets de transition de la station de Guzet dans le cadre du plan Avenir Montagnes ingénierie et du projet transfrontalier PITON, dont Guzet fait partie des sites pilotes.

4. Conclusion

En guise de conclusion, il a été proposé aux participants de réagir à plusieurs exemples piochés dans les stations de montagne françaises et européennes, ayant en commun une certaine volonté d'innovation.



ATELIER n° 3 « L'avenir des stations de montagne pyrénéennes »

EXEMPLES INSPIRANTS (OU PAS...) DE STATIONS EN TRANSITION

1

Exemple 1 : Sankt Corona am Wechsel (Autriche)

Altitude : 900 m

Modèle économique :

loisirs outdoor,
notamment VTT



© Géo / AFP

2

Exemple 1 : Sankt Corona am Wechsel (Autriche)

Originalité :
remontée mécanique
dédiée aux VTT
(système breveté)



© Géo / AFP

3

Exemple 1 : Sankt Corona am Wechsel (Autriche)

Fréquentation :
130 000 visiteurs du
printemps à l'automne



© Géo / AFP

4

Exemple 2 : Zermatt (Suisse)

Altitude :

de 1 600 m à 3 880 m
(plus haut domaine
skiable d'Europe)

Modèle économique :

ski, alpinisme,
randonnée



© Snowtrex

5

Exemple 2 : Zermatt (Suisse)

Originalité : concept
de « domaine skiable
durable »

- > voitures interdites dans
la station depuis 1961
- > desserte ferroviaire
- > programme de protection
de la faune et de la forêt
- > 100 % énergie renouvelable :
hydroélectricité (barrage
du lac des Dix) + panneaux
photovoltaïques



© Zermatt.ch

6

Exemple 3 : Musées Messner - Sud Tyrol (Italie)

Originalité :

ensemble de 6 musées de la montagne, placés en altitude dans les Alpes italiennes.

Projet de l'alpiniste Reinhold Messner.

En photo : Messner Mountain Museum de Coronas (2 275 m), dessiné par l'architecte Zaha Hadid et dédié à l'alpinisme.



© Messner Mountain Museum

7

Exemple 4 : Briançon/Serre-Chevalier (France – Alpes du Sud)

Altitude : 1 300 m
(plus haute ville de France)

Population :
12 000 habitants

Modèle économique :
tourisme (ski,
randonnée, patrimoine)
+ santé (station
climatique)



© Stéphane Compoint / Bureau 233

8

Exemple 4 : Briançon/Serre-Chevalier (France – Alpes du Sud)

Originalité :
 Cloud Citadel,
 espace
 de coliving/
 coworking
 > accueil de
 travailleurs nomades
 (télétravail)
 pour des séjours
 de plusieurs semaines
 > durée moyenne
 du séjour : 1 mois



We love people and we think that when they come together, magic happens

Everyone has their unique path in life, has been through a unique set of experiences and accumulated specific knowledge. When we share time together, we get surprised, we get smarter, we laugh, we cry, we challenge ourselves, we learn from our mistakes, we help each other, we realize that we are all facing the same kind of issues, we connect with each other, we reconnect with ourselves, and all of that enables us to blossom, each of us in our own beautiful way.

[Read More](#)





© Clouddcitadel.co

Exemple 4 : Briançon/Serre-Chevalier (France – Alpes du Sud)

Promesse :
 alliance d'un lieu
 de travail, d'un lieu
 de vie et d'un lieu
 de loisirs connecté
 à la nature

Just curious ?

Things To Do

 <p>Hiking</p> <p>Located between the Ecrins National Park and Queyras Regional Park, at 20 min drive from the famous Vallée de la Clarée, and from the Italian border, we are in an ideal place to discover all the refuges, mountain lakes and glaciers of the South Alps.</p> <p>Nearby hiking trails</p>	 <p>Biking</p> <p>X-country, Enduro, Downhill, Road Biking – Test the big mountain, singletack paradise that is home to the best riding in the world or cycle the most famous and challenging etapes of Tour de France.</p> <p>MTB routes and gpx traces</p>	 <p>Climbing</p> <p>Briançon is surrounded by more than 80 actual climbing sites, many with more than one sector, on 6 different rock types, grades ranging from 3c to 9 and a mix of single and multi-pitch with 300 days of sun per year and you get one of the world's best climbing spots.</p> <p>Climbing sites around Briançon</p>	 <p>Via Ferrata</p> <p>Protected climbing routes also known as via ferratas are a great way to explore the mountains with less technical skills needed than for rock climbing. There are 27 via ferratas in the area, from beginner ones to the paths that will make you push your limits.</p> <p>Via Ferrata routes</p>
--	--	---	--

© Clouddcitadel.co