

L'été pèse autant que l'hiver pour le tourisme en montagne

[Gabrielle Serraz](#) Le 12/06 à 06:00

L'été génère, hors stations, plus de nuitées hôtelières que l'hiver, mais moins de recettes. Accrobranche, randonnées thématiques, parcours vertigineux, les stations investissent.

Contempler de beaux paysages et être au plus près de la nature. C'est ce qu'avancent, pour motiver leur séjour en montagne, 79 % des Français interrogés par l'Insee pour Atout France. En deuxième et troisième positions viennent l'oxygénation et la remise en forme.

Sur l'ensemble de l'année, 28 % de nos compatriotes fréquentent la montagne française et génèrent 11 milliards de dépenses. Premier enseignement de l'étude, les quatre mois de l'été, de juin à septembre, représentent 51 % des nuitées (sur un total de 205 millions) et 45 % des dépenses. Ainsi, voilà que tombe l'idée reçue selon laquelle la saison d'été en montagne serait moins « touristique » que celle d'hiver. La période de décembre à avril comprend 33 % des nuitées et 40 % des dépenses réalisées par les touristes français. « L'été est donc bien une saison tout aussi majeure que l'hiver », souligne Atout France.

Toutefois, il ne s'agit pas de la même montagne : « Plus nature, multiactivité et moins sportive, l'activité estivale se développe sur un périmètre plus large. » La montagne française est à appréhender comme une double destination, aux saisonnalités et aux pratiques distinctes : d'une part, une destination « ski », de décembre à avril, dont l'activité se concentre en stations ; d'autre part, une destination plus nature, qui se déploie plutôt hors de celles-ci. Ainsi, si en hiver les stations sont le support de 67 % des dépenses, le rapport s'inverse en été où le hors-station domine (71 % des dépenses).

Tyrolienne

Conscientes de cette demande hétérogène, les stations, surtout les très grandes des Alpes du Nord, qui ont un retard à combler l'été et un potentiel de millions de lits, se démènent pour se différencier et attirer une nouvelle clientèle. Si la randonnée semble acquise, elles jouent sur plusieurs tableaux : le bien-être, avec des équipements de spa et les centres aqualudiques de l'hiver. Désormais, elles veulent aussi montrer que « montagne ne signifie pas forcément pente et efforts », relève Charlène Thomasset, de France Montagnes. Il y a les vélos électriques (voir ci dessous), les remontées mécaniques que peuvent emprunter les piétons pour se promener : tout est fait pour limiter l'effort dû à l'ascension des pentes.

Cette année, les animaux sont mis en avant. Après les ânes, les chiens de traîneau facilitent les remontées pour les enfants à l'aide de « cani-trottinettes ». Les randonnées deviennent thématiques pour faire marcher les enfants, comme à Saint-Gervais autour des fourmis, et sur le principe de l'école de ski, les étoiles de rando récompensent les plus jeunes à Praz-sur-Arly. Mais pour occuper les touristes l'été, il faut aussi investir. A Chamonix, le « Pas dans le vide », sur l'aiguille du Midi, est une pièce entièrement vitrée qui surplombe la vallée et séduit le million de visiteurs de la capitale de l'alpinisme. A Arêches-Beaufort, la « tyrolienne » de l'Aigle fait planer au-dessus d'un lac à 2.300 mètres d'altitude.

A Aussois, ce sont les guides qui ont créé un parcours vertigineux et sécurisé le long d'une falaise. On peut également se détendre au Parcobranche du Diable, où les enfants circulent dans des filets au-dessus du vide. Quasiment toutes les stations, et de nombreux villages, sont équipées de parcours de trail. Val-Thorens vient d'en ouvrir 3 permanents avec application smartphone. Val-d'Isère se lance dans le « skyrunning » (littéralement de l'anglais « course de ciel »).

Gabrielle Serraz, Les Echos

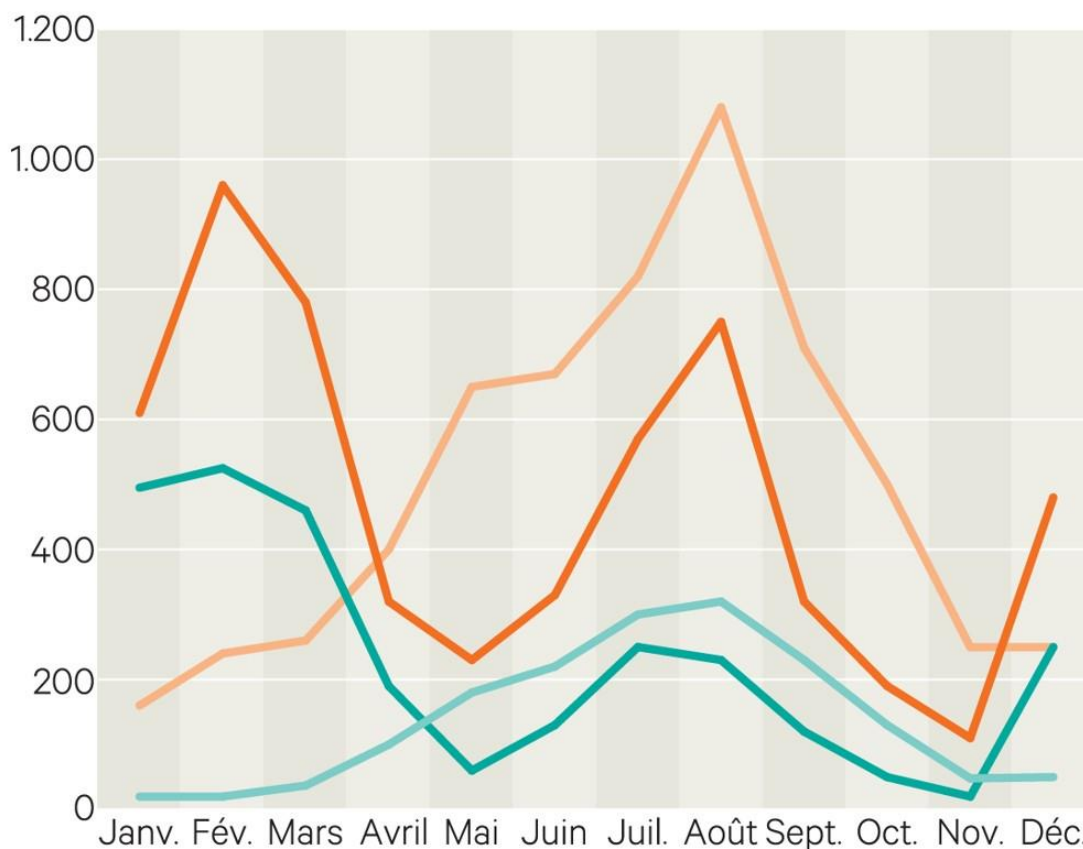
Correspondante à Grenoble

image: https://www.lesechos.fr/medias/2017/06/12/2093450_030376519763_web_tete.jpg

Fréquentation hôtelière en montagne : une saisonnalité marquée en août

En milliers de nuitées hôtelières

■ Français - Station ■ Français - Hors station
■ Etrangers - Station ■ Etrangers - Hors station



« LES ÉCHOS » / SOURCE : INSEE

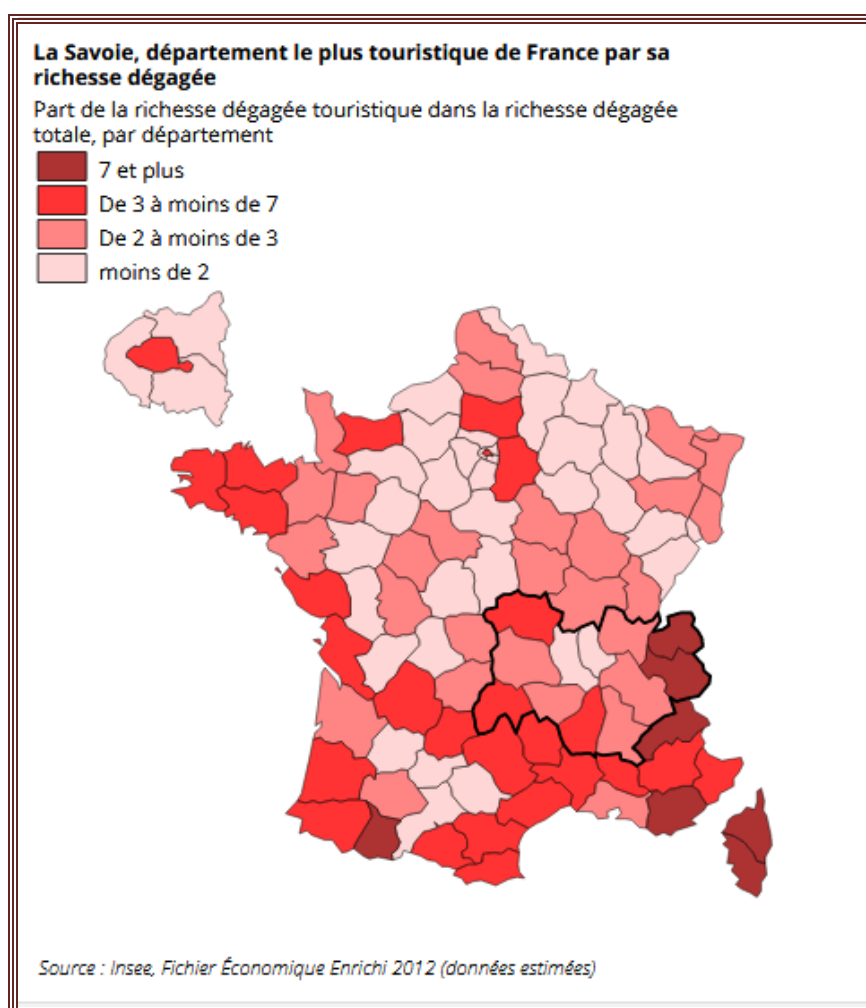
En savoir plus sur <https://www.lesechos.fr/pme-regions/actualite-pme/030357116349-lete-pese-autant-que-lhiver-pour-le-tourisme-en-montagne-2093450.php#Gj3OoZPiF62LkXuo.99>

La nouvelle région Auvergne-Rhône-Alpes, première région de France pour le tourisme de montagne

La région tire sa force touristique d'une offre variée : tourisme de montagne, tourisme thermal, tourisme vert et tourisme d'affaires. Ainsi, les retombées économiques du tourisme sont plus fortes en Auvergne-Rhône-Alpes qu'en moyenne dans le reste de la France. En 2012, le tourisme produit 3,4 % de la richesse dégagée par l'économie de la région, contre 3,0 % pour la province, et représente 13,5 % de la richesse dégagée touristique de la France métropolitaine. Auvergne-Rhône-Alpes est ainsi la troisième région de métropole par le poids du tourisme dans son économie après la Corse (9,7 %) et Provence-Alpes-Côte d'Azur (4,6 %). La région se situe quasiment au même niveau que l'Occitanie (3,3 %), mais devant l'Île-de-France (2,9 %) ([figure 1](#)).

La Savoie, département le plus touristique de France par sa richesse dégagée

Part de la richesse dégagée touristique dans la richesse dégagée totale, par département



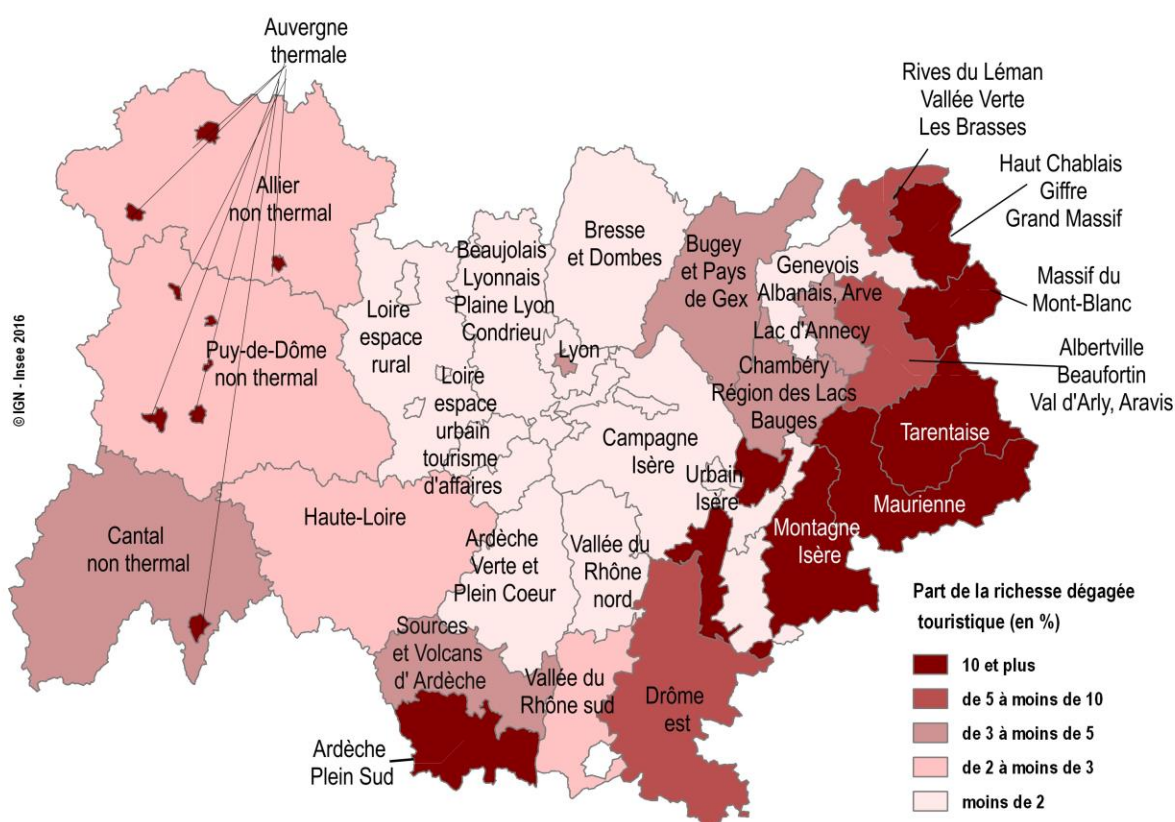
Le tourisme apporte une contribution significative à l'emploi régional. En 2012, 136 500 emplois sont imputables au secteur, soit une part non négligeable de l'emploi salarié total (4,3 %). À titre de comparaison, l'emploi dans la construction, secteur pourvoyeur d'emploi, ne représente que 6,4 % des emplois salariés de la région en 2012. Ces dernières années, l'emploi est dynamique dans le secteur touristique. Il augmente de 6 % dans la région entre 2009 et 2012, soit davantage que l'emploi des services marchands sur la même période (+ 4 %).

La montagne, élément moteur du tourisme régional

La région étant dotée du plus grand domaine skiable au monde, le tourisme de montagne y prend une place importante ([figure 2](#)). L'offre touristique en montagne s'est déjà diversifiée et permet d'attirer des touristes même l'été. Le réchauffement climatique peut faire peser un risque sur la durée de la période d'enneigement et modifier aussi l'équilibre du patrimoine naturel, qui contribue à l'attractivité de la montagne.

L'activité touristique est fortement concentrée dans les zones de haute montagne

Part de la richesse dégagée touristique dans la richesse dégagée totale, par zone touristique



Les deux départements savoyards représentent à eux seuls 46 % de la richesse dégagée touristique d’Auvergne-Rhône-Alpes. En particulier, la Savoie est le département de France métropolitaine dont l’économie est la plus tournée vers le tourisme (15 % de sa richesse dégagée). Le tourisme de montagne représente même une part essentielle de l’activité économique dans certains territoires. Ainsi, grâce aux nombreuses stations de ski, le secteur touristique crée la moitié de la richesse dégagée dans la Tarentaise, le Haut-Chablais, Giffre, et Grand Massif. Viennent ensuite Montagne Isère (27 %), le Massif du Mont-Blanc (24 %) et la Maurienne (15 %). Ces zones concentrent à elles seules 35 % de la richesse dégagée touristique de la région et 29 % des emplois touristiques, pour seulement 4 % des habitants d’Auvergne-Rhône-Alpes.

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2019665>

Figure 3 – La richesse dégagée touristique des stations de montagne (Maurienne, Tarentaise...) provient principalement des sports et loisirs

Emploi et richesse dégagée touristique par zone géographique (départements, principales zones touristiques) et par activité économique en Auvergne–Rhône-Alpes en 2012

La richesse dégagée touristique des stations de montagne (Maurienne, Tarentaise...) provient principalement des sports et loisirs

Zone géographique	Emploi touristique	Proportion d'emploi touristique dans l'emploi total (en %)	Contribution de la zone à la richesse dégagée touristique de la région (en %)	Part de richesse dégagée touristique dans la richesse dégagée totale (en %)	Part de chaque activité dans la richesse dégagée touristique (en %)							Ensemble (en %)
					Hébergement	Restauration, cafés	Sport et loisirs	Commerces et artisanat	Patrimoine et culture	Soins	Autre (Location de voitures et de logements, Taxi, ...)	
Province	727700	3,6	-	3	31	22	11	16	5	2	13	100
Auvergne-Rhône-Alpes	136500	4,3	100,0	3,4	29	19	21	14	4	2	11	100
Départements												
Savoie	27200	14,4	24,9	14,5	28	15	40	9	1	2	5	100
Haute-Savoie	27000	9,2	20,6	7,6	28	24	30	10	2	1	5	100
Rhône	26200	3,1	17,6	1,8	27	26	3	16	8	1	18	100
métropole de Lyon	22400	3,3	15,2	1,9	27	27	3	16	8	1	18	100
dont département du Rhône	3800	2,4	2,4	1,5	32	18	3	15	8	1	21	100

La richesse dégagée touristique des stations de montagne (Maurienne, Tarentaise...) provient principalement des sports et loisirs

Zone géographique	Emploi touristique	Proportion d'emploi touristique dans l'emploi total (en %)	Contribution de la zone à la richesse dégagée touristique de la région (en %)	Part de richesse dégagée touristique dans la richesse dégagée totale (en %)	Part de chaque activité dans la richesse dégagée touristique (en %)							Autre (Location de voitures et de logements, Taxi, ...)	Ensemble (en %)
					Hébergement	Restauration, cafés	Sport et loisirs	Commerces et artisanat	Patrimoine et culture	Soins			
hors métropole de Lyon													
Isère	15 200	3,1	10,5	2,3	25	16	18	18	4	1	19	100	
Puy-de-Dôme	8 900	3,4	6,1	2,7	31	19	14	16	7	1	12	100	
Ain	6 300	2,9	4,4	2,3	27	17	15	20	4	2	14	100	
Drôme	7 200	3,5	4,1	2,3	34	19	2	21	7	1	16	100	
Loire	5 300	1,9	3,3	1,4	21	15	12	27	4	2	20	100	
Ardèche	4 600	4,3	3,1	4,1	49	10	7	17	4	1	12	100	
Allier	4 100	3,2	2,8	3,1	25	11	14	19	2	7	21	100	
Haute-Loire	2 400	2,9	1,2	2,2	43	17	4	24	2	1	9	100	
Cantal	2 200	3,7	1,3	3,4	43	13	11	17	1	2	13	100	
Principales zones touristiques													
Tarentaise	16 100	47,0	17,2	50,3	29	14	44	8	0	1	3	100	
Lyon	15 100	4,9	10,6	3,1	27	27	4	17	7	1	17	100	
Massif du Mont-Blanc	7 700	27,4	6,1	23,9	27	22	39	7	1	1	3	100	
Puy-de-Dôme non Thermal	7 500	3,0	5,2	2,4	30	20	13	17	8	0	13	100	
Métropole de Lyon - Hors Lyon	7 300	1,9	4,6	1,0	27	26	3	13	10	1	19	100	
Urbain Isère	6 900	2,2	5,2	1,6	20	21	2	20	4	1	32	100	
Haut Chablais, Gifre, Grand Massif	6 000	47,2	5,1	48,2	27	18	43	8	0	0	4	100	
Montagne Isère	5 600	27,3	3,7	26,9	30	13	42	9	2	1	3	100	
Lac	5 100	5,2	3,5	3,5	31	37	4	13	4	1	10	100	

La richesse dégagée touristique des stations de montagne (Maurienne, Tarentaise...) provient principalement des sports et loisirs

Zone géographique	Emploi touristique	Proportion d'emploi touristique dans l'emploi total (en %)	Contribution de la zone à la richesse dégagée touristique de la région (en %)	Part de richesse dégagée touristique dans la richesse dégagée totale (en %)	Part de chaque activité dans la richesse dégagée touristique (en %)							Ensemble (en %)	
					Hébergement	Restauration, cafés	Sport et loisirs	Commerces et artisanat	Patrimoine et culture	Soins	Autre (Location de voitures et de logements, Taxi, ...)		
d'Anncy													
Chambéry,													
Région des Lacs,	5 100	4,7	3,5	3,7	30	19	15	12	4	8	12	100	
Bauges													
Maurienne	4 100	17,9	2,9	15,0	20	13	50	12	0	0	4	100	
Albertville,													
Beaufortin,	3 900	11,6	2,8	9,7	29	20	35	12	1	1	3	100	
Val d'Arly,													
Aravis													
Beaujolais,													
Lyonnais,	3 800	2,3	2,4	1,5	32	18	3	15	8	1	21	100	
Plaine Lyon,													
Condrieu													
Rives													
Léman,	3 600	8,9	2,6	7,9	23	34	23	11	2	2	5	100	
Vallée													
Verte,Les													
Brasses													
Bugey et	3 500	3,7	2,6	3,3	29	9	23	21	2	3	13	100	
Pays de Gex													
Loire													
espace	3 200	1,6	2,2	1,3	19	16	3	30	5	1	25	100	
urbain													
tourisme													
d'affaires													
Auvergne	3 100	10,8	2,1	10,4	34	13	19	12	1	14	7	100	
Thermale													
Ardèche	2 100	14,4	1,6	19	56	12	7	11	4	0	9	100	
plein Sud													

- Source : Insee, Fichier économique enrichie 2012 (données estimées)

