



Le Salon

Sport de montagne et sports nature

Quelle maîtrise d'ouvrage pour quel projet de territoire?

- Les acteurs et leurs stratégies
- L'innovation dans les stations de montagne
 - Un enjeu d'utilisation du territoire

Jean-François COQUARD

Directeur du Service des sports et des événements de Courchevel



Sports
et
Territoires

infosport.org

Pourquoi parler de Courchevel comme exemple sur le thème de l'innovation dans les stations de montagne ?

L'exemple de Courchevel est particulièrement significatif en ce qui concerne l'innovation dans les stations de montagne, les enjeux et les stratégies qui s'y développent sont bien souvent annonciateurs de grandes tendances.

En effet, ...

Considéré comme un laboratoire d'idées, Courchevel est devenu dans les années 50, avec le développement massif des sports d'hiver pendant plus de 30 ans, l'un des modèles de référence pour l'équipement hivernal de la montagne en France, comme dans le monde.

Singularité acquise autour de :

- la conception urbaine et architecturale: station à plusieurs niveaux, mixage, interpénétration, entrecroisement des habitations, des pistes, de la circulation routière. Le principe de skis aux pieds se structure à ce moment là.
- Émile Allais: il expérimente l'aménagement, l'équipement et l'entretien du domaine skiable permettant au plus grand nombre, la pratique du ski alpin.

Puis, ...

La station se lance dans une deuxième phase d'évolution en touchant une cible de clientèle spécifique et en se donnant un style et un niveau de prestations hors norme.

- Évolution architecturale : extension, surélévation et création d'un mode de construction autour du chalet à 2 pans, l'on créé une ambiance et un décor de montagne
- Installation et développement d'établissements, d'hôtellerie de luxe, d'habitations secondaires haut de gamme
- Mise en avant du produit ski autour :
 - De l'immensité du domaine (les 3 vallées)
 - Du nombre de remontées mécaniques et de leur débit
 - Du dispositif d'enneigement artificiel pour garantir et compléter la neige

Pendant une cinquantaine d'années la station de Courchevel a trouvé des voies de développement originales. Cette station a réussi à se démarquer.

Pourtant ces choix et ces orientations ont dû être particulièrement difficile à lancer. Il était parfaitement utopique, à la sortie de la deuxième guerre mondiale de miser à ce point sur le développement des sports d'hiver.

Aujourd'hui, peut-on être utopiste en station de montagne?

Peut-on encore innover ?

Le problème ne se pose plus en ces termes, compte tenu de la situation des loisirs en montagne.

Il va nous falloir être particulièrement innovant ou pour le moins modifier et adapter les schémas d'accueil, d'animation et d'activités dans les stations de montagne pour mieux les faire correspondre à des attentes en constantes évolutions.

La situation actuelle montre de manière très macroscopique:

1/ Le marché à maturité qui ne progresse plus.

Maurice Michaud affirmait en 1964 que le marché du ski était inépuisable. Ce n'est pas le cas.

On bute par exemple sur un seuil de 10% de la population Française qui pratique l'activité ski .La population de skieurs dans le monde est stable pas de nouveaux clients en vue.

2/ La problématique de l'été dans les stations de montagne.

La station de montagne l'été n'attire pas. Une météorologie aléatoire, un paysage en parti dénaturé avec ses pylônes de remontées mécaniques, un programme d'activités soit très sportif, soit très contemplatif peu en phase avec l'attente des jeunes et des adolescents alors même qu'ils sont souvent les prescripteurs de la famille sur la destination vacances .

Par conséquent, la montagne est devenue la dernière destination après la mer, la campagne et la ville.

3/ Concurrence forte sur la destination ski

avec les destinations de la zone tropicale, sable, chaleur, soleil et farniente proposé par tous les tours opérateurs.

- Mode de séjours plus facilement accessible, moins contraignant et moins cher.

4/ Concurrence forte entre stations

provocant des surenchères en terme de produits. Des investissements mal considérés, orientés presque exclusivement sur les remontées mécaniques et la neige artificielle.

- La mise en marché du produit ski est totale et est arrivé à maturité, plus de surprises, plus d'innovation sur le produit ski, il est très difficile de se différencier

Étant donné qu'il est quasiment impossible, au contraire des États-Unis, de fermer une station de sports d'hiver faute de rentabilité, il faut nous adapter, changer, modifier et faire évoluer régulièrement nos produits pour faire face à la situation actuelle du marché.

Compte tenu de la forte structuration des stations de ski, à la fois sur l'organisation, sur des équipements publics et privés très impactants et des modèles urbanistiques très difficiles à faire modifier, avons-nous la capacité réelle d'évoluer chacun dans son secteur et ensemble dans une même direction?

Comme toutes les autres stations, Courchevel doit faire face à cette problématique, à partir de ses spécificités et de ses caractéristiques propres:

- se transformer en un village de 3500 habitants (au lieu de 1850 actuellement)
- réinvestir l'été, et faire en sorte que l'ensemble des acteurs économiques de la station s'intéresse de nouveau à cette période
- dynamiser de façon complète les activités pratiques de loisirs autour de la montagne, l'hiver et l'été.

Courchevel a vécu 2 périodes d'innovation: de 1945 à 1970 et de 1970 à 2000, elle doit se lancer dans une 3ème étape d'évolution et être utopiste pour les 20 ans à venir.

Le sport et les activités sportives de loisirs
sont au centre de cette nouvelle utopie

Le mot d'ordre est de créer l'effet de surprise

- rupture, décalage total avec le quotidien
- absence d'équivalence nulle part ailleurs
- et une sorte d'évidence, de logique, que
cette surprise, que cette rupture se déroule à Courchevel

L'utopie, l'innovation s'appuie principalement

1/ sur la création, extension, la réutilisation d'équipements

- en s'appuyant majoritairement sur des espaces déjà investis mais en leur donnant des usages multipliés, rajeunis, diversifiés
- En investissant de nouveaux terrains de jeux,

Dans cette hypothèse, le milieu naturel est prévu comme un équipement de loisirs sportifs. Bien souvent, nous greffons à cet espace naturel, des aménagements artificiels qui viennent conforter, améliorer et diversifier les activités de pleine nature

En partant du postulat que désormais le terrain de jeu de la nature ne peut pas répondre à lui tout seul aux attentes. (problème de météo, d'accessibilité, de sécurité) et qu'il faut nous différencier par rapport à un espace de jeu naturel identique sur une multitude de destinations.

2/ -sur l'animation sur la station autour d'un dispositif d'animation permanent et d'opérations ponctuelles et exceptionnelles

-sur les équipements où peuvent se placer plus facilement des dispositifs permanents (animation) et ponctuels (événements) très originaux et très spécifiques.

1/ Les équipements

Équipements existants originaux: tremplins de saut olympique + altiport

- Création d'un centre d'envol qui associe le monde sportif et la clientèle de Courchevel autour d'activités sportives axées sur cette notion d'envol.(simulateur de vol libre, salle d'envol, salle de trampoline, tremplins multiples, zone d'apprentissage de saut, simulateurs virtuels, parachutisme en zone de montagne, Base Jump)

Équipements à créer : choix d'aménagements artificiels rattachés à des espaces naturels

- Snow park associé à un espace indoor de glisse urbaine (skate park) et une piste synthétique de ski d'été
- Parcours aventure+cascade de glace+mur d'escalade de grande hauteur+complexe aquatique avec une partie canyoning artificiel rattaché les uns aux autres sur un même site : l'idée est d'initier la clientèle sur le site de Courchevel avant qu'elle ne rejoigne des sites de pratique naturels proches.
- Complexe aquatique reproduisant les sensations des espaces naturels avec décor en pierres, forêt, eau de lac d'altitude, odeur, sons, etc....

2/ Les évènements

Stratégie évènementielle basée sur le montage d'évènements qui ne peuvent pas se dérouler ailleurs qu'à Courchevel:

- Coupe du monde de saut à ski + fête aéronautique (démonstration aérienne en zone de montagne)
- Teenag'Games : compétition pour les enfants unique en Europe, version hiver et été
- 3 VTT : rallye en VTT sur le domaine des 3 vallées en utilisant les remontées mécaniques
- Le Grand Challenge des 3 Vallées : rallye en skis sur le domaine des 3 vallées ponctué de spéciales chronométrées
- Courchevel Outdoor : regroupement sur un seul week-end, de compétitions de raid aventure, de trails, de course en montagne, de triathlon, de VTT, de parapente
- Ride Week + freeride: la station de Courchevel a été la 1ère à organiser

Ces évènements permettent de donner une image jeune et sportive de la station mais surtout donnent une valeur d'originalité, de dynamisme et de recherche d'innovation.

3/ Les animations

- **En hiver** : la réflexion pour redonner de l'attrait à l'activité ski est de créer des aventures, des challenges sportifs, des lieux aménagés pour tous les publics, évidemment pour les débutants mais aussi pour les bons skieurs,

Exemples : 1ère trace avant l'ouverture des remontées mécaniques, système de circuit auto-chronométré avec recherche de balises, zone de freeride délimitée, zone Avalanch Camp pour s'initier à l'utilisation de l'ARVA, etc.

- **En été**: la démarche est la recherche de mise en place d'animations où le touriste est autonome, mais accompagné dans sa pratique: road book, challenge sportif, parcours auto-chronométré en s'appuyant sur des substituts techniques, high-tech, haut de gamme type GPS, altimètre. C'est la mise en forme aventureuse des pratiques sportives, avec des contraintes limitées mais avec un niveau de sécurité optimal.