



La place du tourisme dans l'économie haut-savoiarde

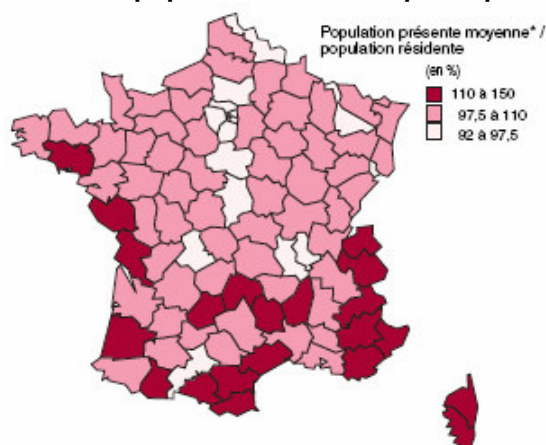
La Haute-Savoie est l'un des berceaux du tourisme mondial et de l'alpinisme. Dès le XVIII^e siècle, la vallée de Chamonix a vu s'intéresser à elle naturalistes (tels le Genevois Horace-Bénédict de Saussure) et explorateurs de la montagne, Britanniques pour la plupart. Le Mont Blanc, aujourd'hui encore, reste l'emblème du département. Les montagnes qui représentent les deux tiers du département, les rivages lacustres de renommée internationale, un patrimoine historique et culturel valorisé sont autant d'atouts, de « produits d'appels » pour séduire la clientèle touristique.

Ce panel de sites remarquables fait de la Haute-Savoie l'une des principales destinations touristiques de France, et de l'activité touristique une des ressources premières et historiques de notre territoire. Ce tourisme, au caractère très saisonnier, prend cependant des teintes bien spécifiques. Aussi, à l'heure où les pratiques touristiques changent et où même l'or blanc est remis en question, il est primordial de s'interroger sur la durabilité de cette économie en mettant en lumière les opportunités et les risques de ce secteur d'activité. Un bilan d'autant plus important que le tourisme sert de locomotive pour tout un pan de l'économie locale (construction, commerce, agriculture, etc.) et qu'il doit se conjuguer avec des questions environnementales toujours plus sensibles.

Le tourisme haut-savoïard face à l'évolution de la demande

La Haute-Savoie s'impose comme l'un des principaux départements touristiques de France. Ces dix dernières années, elle a enregistré en moyenne plus de 37,9 millions de nuitées par an. En pleine saison touristique, la population départementale peut enregistrer une progression du nombre de résidents de plus de 40%. Le pic de fréquentation rencontré en 2005 a ainsi engendré une hausse de 43% de la population, soit un total de 955 000 résidents dans le département¹.

Population présente et population résidente par département en 2005

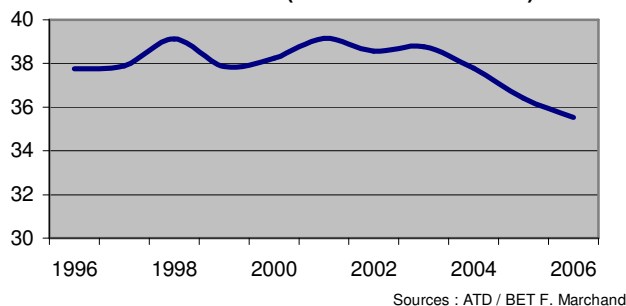


* population en équivalents habitants permanents (définition)
Source : estimation direction du Tourisme

¹ D'après l'INSEE : « En haute saison touristique, la population présente double dans certains départements », INSEE Première n°1050 (novembre 2005)

La très grande majorité de l'attractivité touristique de la Haute-Savoie réside dans ses sites emblématiques. Autant notre département peut s'enorgueillir de détenir des sites naturels parmi les plus connus du monde, autant il se caractérise par une pauvreté en sites à visiter (monuments historiques de grande renommée). Ainsi, **parmi un panel de consommateurs interrogés en 2004, seuls 14% d'entre eux reconnaissent la Savoie et la Haute-Savoie comme une destination culturelle²**. La Haute-Savoie génère donc dans sa très grande majorité un tourisme de nature, sportif et familial, par opposition au tourisme de site comme on en trouve par exemple à Paris ou dans les châteaux de la Loire.

Evolution de la fréquentation touristique en Haute-Savoie (en millions de nuitées)



La Haute-Savoie attire les touristes en nombre... même si les tendances depuis 2003 invitent à nuancer le propos : le nombre de nuitées a reculé de 8,4% en 3 ans. La fréquentation touristique du département n'échappe pas à l'évolution des comportements et des pratiques des touristes observée dans l'ensemble de la France.

Bien entendu, les accidents météorologiques rencontrés régulièrement ne sont pas enclins à garantir une stabilité dans la fréquentation touristique, mais le seul facteur climatique ne suffit plus à expliquer la tendance actuelle. La durée des séjours diminue : le consommateur multiplie les courts séjours de façon spontanée et beaucoup plus déconnectée des périodes de vacances scolaires classiques. Il devient aussi plus critique, recherche et compare les meilleures prestations, quitte à privilégier les départs de dernière minute et les destinations étrangères. Les produits touristiques évoluent ainsi vers une consommation individualisée et sur mesure.

Un tourisme de masse, mais bi-saisonnier

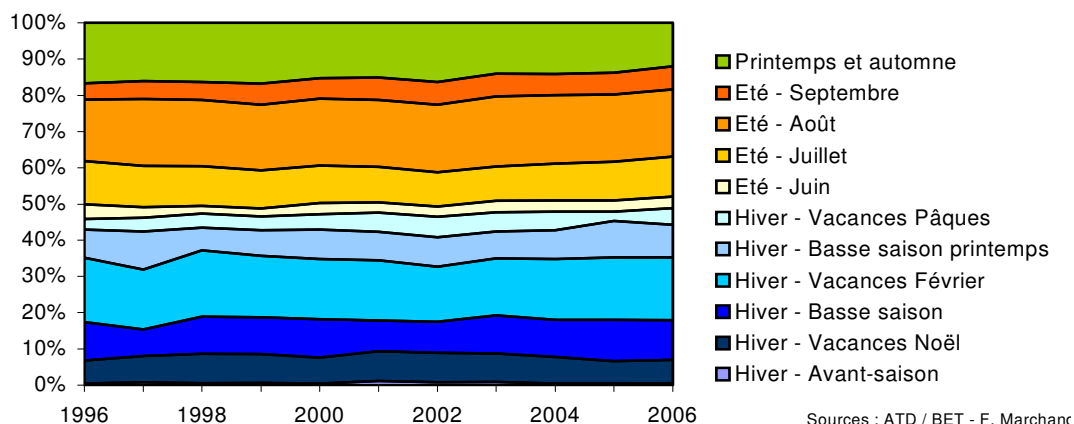
Grâce à la présence sur le territoire de sites attractifs tant en été (lacs, montagne) qu'en hiver (ski), la Haute-Savoie présente une offre touristique relativement équilibrée sur l'année. Cet équilibre lui permet d'amortir plus facilement les effets des accidents météorologiques et d'être sans doute moins sensible à une baisse globale de la fréquentation touristique.

Par opposition à la Savoie, les touristes ne se concentrent pas uniquement sur la saison hivernale. La Haute-Savoie exploite le créneau des sports d'hiver, mais aussi le tourisme lacustre et les courts séjours en saison estivale. **Au final, la répartition touristique du département est relativement homogène (49% des nuitées en hiver contre 51% pour les autres saisons en 2006), alors qu'en Savoie les ratios de fréquentation sont plutôt de l'ordre de 60% / 40% en faveur de l'hiver.**

La solidité d'une offre annuelle diversifiée en Haute-Savoie n'est pas nouvelle et évolue peu. Sur 10 ans, l'hiver s'accapare en moyenne un peu plus de 45 % de la fréquentation annuelle, contre environ 40 % en été (le reste est réparti sur l'offre printanière et automnale).

² Agence Touristique Départementale (2005)

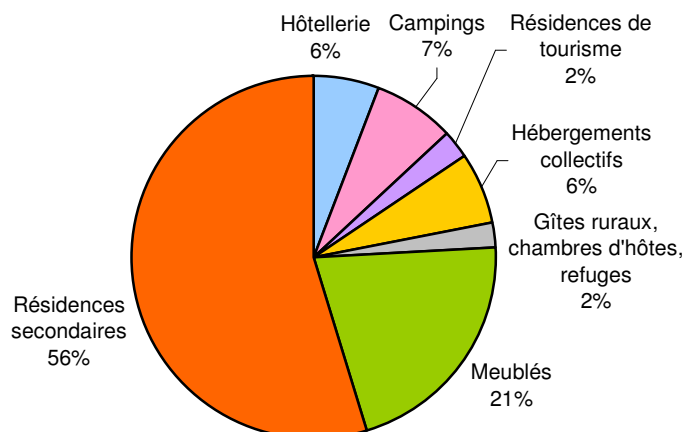
Fréquentation de la Haute-Savoie par saison (en millions de nuitées)



Face à l'évolution des pratiques des consommateurs, les répercussions sur la fréquentation saisonnière depuis 2003 se traduisent par :

- ✓ **une baisse de 6,4% des nuitées l'été ;**
- ✓ **une baisse de 9,1% des nuitées l'hiver ;**
- ✓ **une baisse de 21,4% des nuitées au printemps et à l'automne.**

Répartition de la capacité d'accueil touristique



Pour générer une fréquentation annuelle relativement homogène, la Haute-Savoie s'appuie sur une capacité d'hébergement variée³. Contrairement à la Savoie qui a vu se développer des stations ex-nihilo lors des Années 60-70 et du fameux « Plan Neige », le tourisme en Haute-Savoie, à l'exception de Flaine et Avoriaz, s'articule autour de bourgs qui ont développé localement leur propre produit touristique : Chamonix bien sûr, mais aussi par exemple Morzine, La Clusaz, le Grand-Bornand, Megève ou Châtel. Du coup, **la place qu'occupe l'hôtellerie est particulièrement significative (6% des lits touristiques) et offre des opportunités à notre département de mieux s'adapter aux attentes de la clientèle** (courts séjours, diversification des prestations). A nouveau, la Haute-Savoie se distingue de la Savoie qui propose une offre plus rigide, tournée vers les meublés.

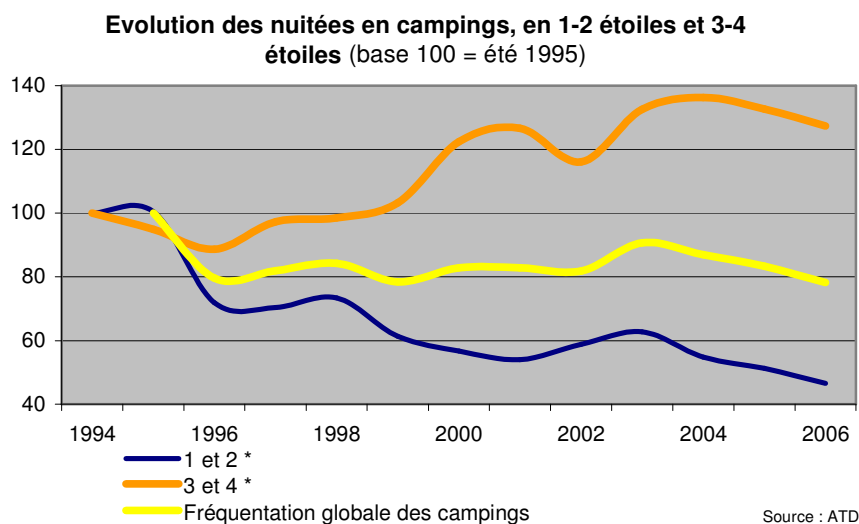
L'hôtellerie et la restauration restent en outre un secteur très dynamique : les créations d'entreprises dans ce secteur représentent 11% du total d'entreprises créées, contre 9% à l'échelle nationale⁴. **Les retombées économiques du tourisme en Haute-Savoie sont donc bien plus importantes en termes d'emplois et d'activités que si l'offre touristique se limitait à des meublés ou était composée exclusivement de résidences secondaires.**

³ D'après une enquête menée par l'ATD en 2004

⁴ D'après l'Observatoire de la création d'entreprises (CCI de la Haute-Savoie, 2007)

Aujourd'hui, la clientèle s'oriente vers des produits qui allient qualité, confort et services, signe supplémentaire de l'élévation de ses exigences et de l'évolution du mode de consommation touristique.

L'évolution de l'offre et de la fréquentation des campings est symptomatique de cette transformation des habitudes. L'adaptation de l'offre en camping à la demande de la clientèle ne s'est pas faite sans douleurs pour la profession, en Savoie comme en Haute-Savoie. **Entre 1995 et 2006, la baisse de la fréquentation des campings a dépassé 20%.** La restructuration de l'offre, pour améliorer le degré des prestations a amené une baisse de la capacité d'accueil des campings en Haute-Savoie qui est passée de 45 534 personnes en 2001 à 42 933 en 2004 (soit -6% en 3 ans).



Le changement d'habitudes de la clientèle touristique a en effet rendu les campings beaucoup plus vulnérables aux variations météorologiques. Si le pic de fréquentation enregistré lors de l'été caniculaire de 2003 a été bénéfique pour l'hôtellerie de plein air, les touristes sont plus réactifs et mobiles en cas de mauvais temps (cas des saisons 2004 et 2006). Leur « volatilité » s'accroît avec le raccourcissement de la durée des séjours et la progression des produits réservés ou choisis à la dernière minute.

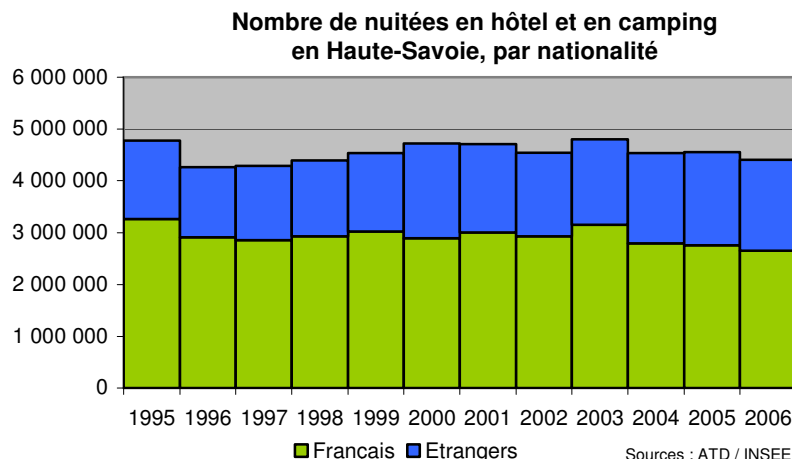
Archétype du tourisme populaire, ce type d'hébergement qui s'imposait encore au début des années 90 n'est en outre plus forcément adapté aux exigences de qualité toujours plus grandes de la clientèle française, et encore plus de la clientèle étrangère. Ce n'est donc pas un hasard si ce sont les établissements de moyenne catégorie qui ont le plus ressenti les effets de la crise structurelle de la dernière décennie (fréquentation en recul de 53,5% en 11 ans). Les campings mieux cotés, en diversifiant la palette de leurs activités, ont, à l'inverse, accueilli davantage de touristes.

En réponse à cette crise, l'Assemblée des Pays de Savoie avait alors signé le « plan de relance de l'hôtellerie de plein air ». Outre l'assistance à la création de structures nouvelles, les objectifs fixés ont visé à moderniser et développer les équipements existants.

Un coût du séjour élevé en réponse à une demande croissante de qualité

La clientèle touristique recherche également un *standing* plus élevé dans l'hôtellerie, surtout l'hiver. En parallèle, la proportion de la clientèle étrangère progresse sensiblement. On la retrouve de préférence dans l'hôtellerie de luxe, mais elle est également responsable de l'essor de nouveaux modes d'hébergement. On compte de plus

en plus de services de location de meublés proposant des services para-hôtelières (cuisine, ménage) ; depuis 2004, la création de ces entreprises est passée de 3 à 39 structures nouvelles par an⁵. Ces nouveaux produits sont prisés par la clientèle anglo-saxonne, sous la forme de « chalets-girls », et viennent concurrencer l'hôtellerie-restauration indépendante et traditionnelle.



En s'adaptant à la demande croissante de qualité et de confort, le prix des séjours augmente mécaniquement. **Par comparaison à la France⁶ : en 2004, un séjour aux sports d'hiver d'une semaine en hôtel 3 étoiles (chambre double demi-pension) coûtait 64 % moins cher en Autriche, 57% moins cher en Italie et 56% moins cher en Suisse.**

Par conséquent, avec un coût élevé du séjour en hôtel en Haute-Savoie, une forme de tourisme d'élite émerge peu à peu. Les produits proposés ciblent une clientèle aisée de touristes locaux, mais tient surtout à capter la clientèle étrangère en progression. La proximité de la Suisse joue aussi en la faveur de la Haute-Savoie : les grands domaines skiables Haut-Savoyards et un prix moyen des forfaits français inférieurs à la Suisse jouent le rôle de produit d'appel⁷.

Le tourisme qui fait vivre : les emplois touristiques

En marge de l'emploi touristique pur, l'agriculture joue un rôle essentiel dans l'entretien des espaces et des paysages que la Haute-Savoie propose à sa clientèle. Outre l'existence de nombreux agriculteurs pluriactifs, l'agriculture tire également parti, depuis plusieurs années, du tourisme en développant la production de services en marge de son activité première (+50% en 15 ans) : vente de produits, séjours à la ferme, etc.

Par conséquent, l'agritourisme permet de soutenir l'emploi et la production agricole, en mettant en avant la multifonctionnalité de l'agriculture haut-savoyarde. Il véhicule aussi les valeurs de « nature, gastronomie et tradition », qui alimentent l'imagerie associée à notre département et qui sont largement exploitées par les acteurs du tourisme.

En termes d'emplois, le tourisme en Haute-Savoie représente plus de 10% de l'emploi salarié du département : 10,8% en 1998, 12,6% début 2005 et 12% début 2007. On entend par « emplois touristiques » les activités professionnelles exercées dans tout le département et liées au thermalisme, aux remontées mécaniques, aux prestations de services proposées par les agences de voyages et tout emploi en relation avec l'hébergement et la restauration.

⁵ D'après l'Observatoire de la création d'entreprises (CCI de la Haute-Savoie, 2007)

⁶ Etude sur le positionnement de l'offre de sports d'hiver réalisée par Pierre Moreau et Thomas Chapon (Architecture et Territoire de Grenoble), juin 2004

⁷ D'après l'étude citée ci-dessus, le rapport prix du forfait Suisse / forfait Français va de 21% à 51% pour un forfait adulte.

Outre ces emplois directs, il existe également de nombreux « emplois touristiques induits » liés à la fabrication d'articles de sports, et qui sont largement utilisés à des fins récréatives et touristiques, localement ou non. L'iconographie de la montagne (le Mont Blanc, en tête de la reconnaissance internationale) attire des industries du secteur du tourisme et des loisirs : la Haute-Savoie est depuis longtemps une vitrine importante pour certaines enseignes phares telles que Salomon, TSL, Rossignol et Dynastar.

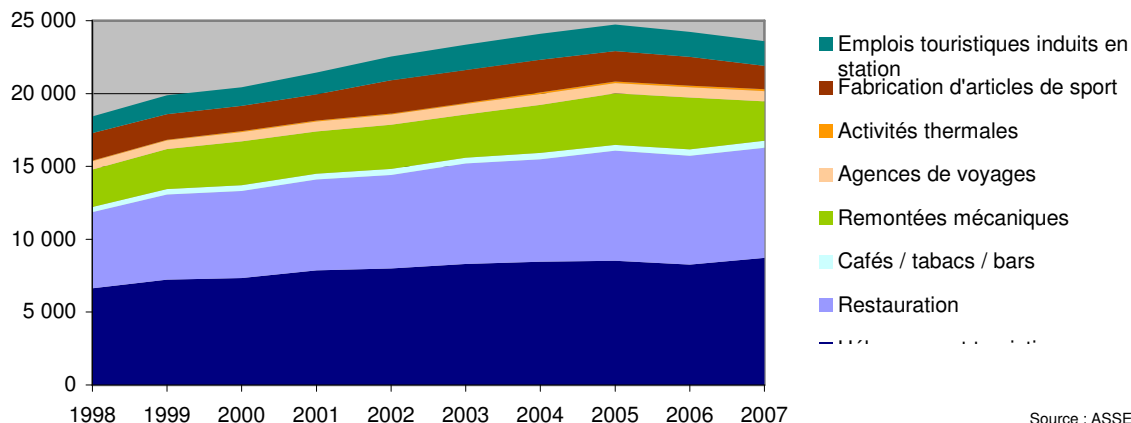
D'autres entreprises choisissent le département pour y installer leur siège social (Patagonia à Annecy-le-Vieux par exemple) ou leurs équipes de Recherche et Développement. La vallée de l'Arve accueille notamment la marque « Quechua » (Décathlon) : l'entreprise est ainsi idéalement placée pour tester ses produits destinés aux activités de montagne.

Au final, sur un périmètre étroit qui s'étale d'Argentière à Sallanches, le nombre de marques et enseignes de ce type est passé de 100 à 200 en l'espace de 6 ans ! Sans produire un nombre d'emplois significatif, leur présence sur le territoire Haut-Savoyard n'est pas sans conséquence sur l'économie du département et sur son image.

Enfin, certaines activités qui participent à l'économie des stations touristiques induisent également de l'emploi touristique. Parmi elles, on compte la gestion d'installations sportives (golfs, patinoires, bowling, etc.), les activités spécifiques liées à la montagne (guides de montagne, clubs de ski, etc.) ou d'autres activités récréatives concentrées en station touristiques et très marquées par la saisonnalité (centres équestres de loisirs, acrobanches, etc.).

In fine, la part des emplois induits représente près de 16% des emplois salariés touristiques totaux sur la période 1998-2006.

Les emplois touristiques "purs" et "induits" en Haute Savoie (1998-2006)



Source : ASSEDI

Des difficultés de plus en plus marquées ces dernières années

Contrairement à l'emploi salarié total qui observe un net ralentissement depuis 2002, les emplois touristiques ont continué à augmenter jusqu'en 2005. Mais depuis deux ans, ils sont à leur tour touchés par ce repli.

Quelques « accidents météorologiques » viennent parfois perturber la saison touristique. Ainsi, lorsqu'une saison hivernale arrive tardivement, les répercussions sont directes sur les employés des remontées mécaniques : au 1^{er} janvier 2007 il y avait dans ce secteur environ 800 emplois de moins par rapport au 1^{er} janvier 2006.

Mais à court terme, la décroissance pourrait s'attaquer au principal secteur touristique employeur : l'hôtellerie-restauration indépendante en Haute-Savoie qui représente

aujourd'hui près de **15 000 salariés et 2 390 établissements**⁸. On constate effectivement que ce secteur est en perte de vitesse depuis 2005, et pas uniquement en termes d'emplois : en un an, la part de création d'entreprises dans l'hôtellerie et la restauration est passée de 13% à 10% du total des créations. Le coût élevé de l'immobilier qui implique un investissement élevé au démarrage, la concurrence de plus en plus féroce et l'impact des conditions météorologiques dans la rentabilité des établissements sont autant de critères guère incitatifs à la reprise ou la création de nouveaux établissements.

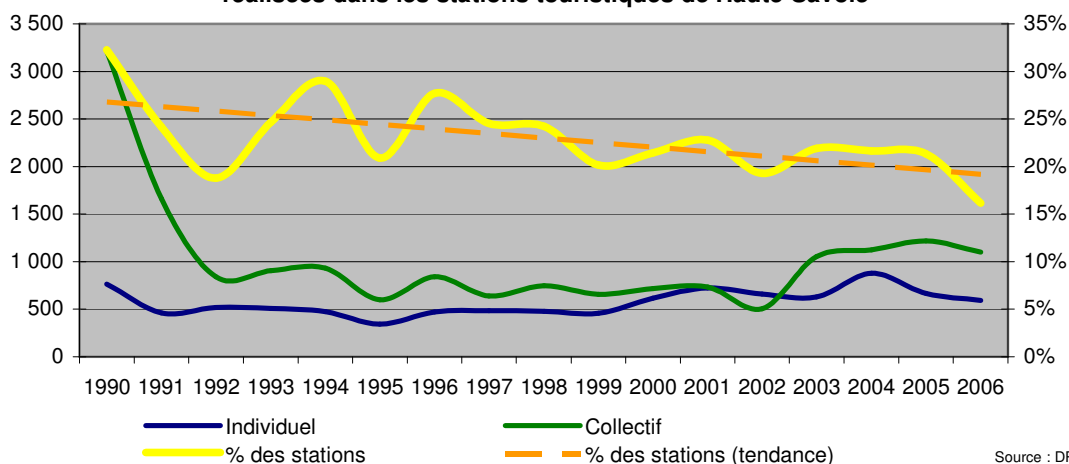
La concurrence étrangère dans ce secteur (voir plus haut) risque aussi d'affecter une structure déjà fragile : **près de 50% des établissements de l'hôtellerie-restauration sont des entreprises de moins de 10 salariés.**

Enfin, **les emplois « induits » marquent un recul important depuis 2005.** Proche de 17% en 2003, leur part retombe en 2007 à 14% des emplois salariés touristiques globaux. Le secteur de la production d'articles de sports doit en effet faire face à de nombreuses suppressions d'emplois. Ces suppressions sont justifiées par l'offre pléthorique d'articles dans un marché qui tend à se rétrécir, et par la recherche de synergies entre des succursales appartenant à un même groupe (Salomon et Atomic par exemple). Ainsi, Salomon s'est séparé de 130 emplois sur le site de Metz-Tessy et de plus de 500 emplois sur Rumilly entre 2001 et 2007. La perspective de la fermeture totale du site Salomon de Rumilly fin 2008 et les rumeurs de vente du groupe Rossignol-Dynastar n'invitent guère à l'optimisme.

La construction en station

Territoire touristique et par conséquent attractif pour une clientèle désireuse d'un pied à terre sur place, la Haute-Savoie connaît une activité soutenue dans le secteur de la construction de logements nouveaux destinés au tourisme (logements en station, résidences secondaires). En 16 ans, la part de la construction dans les stations touristiques de Haute-Savoie a ralenti : elle était de 27% en 1990 et n'en représente plus que 19% aujourd'hui. Néanmoins, on y construit toujours ! Depuis 2003, la construction de logements collectifs a nettement progressé : plus de 1 000 logements collectifs sont construits chaque année en station depuis 4 ans. Le besoin d'économiser le foncier restant disponible, mais surtout la meilleure rentabilité de l'habitat groupé vu le coût du foncier expliquent ce redémarrage.

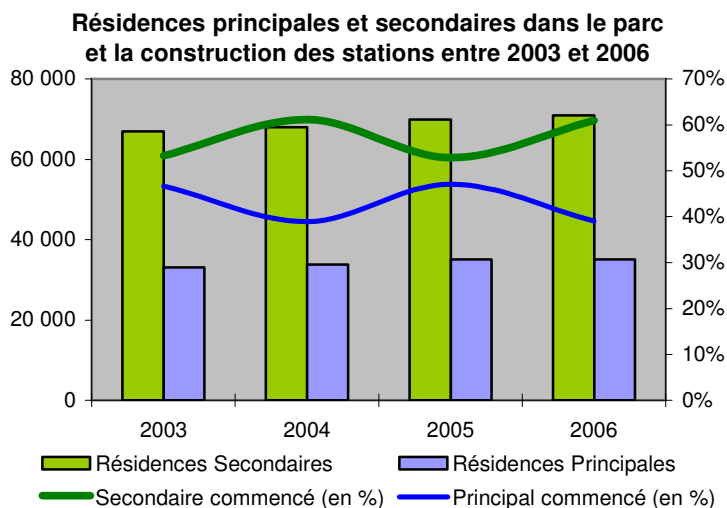
Evolution 1990-2006 des logements mis en chantier et % des constructions réalisées dans les stations touristiques de Haute-Savoie



Source : DRE

⁸ D'après l'Observatoire de la création d'entreprises (CCI de la Haute-Savoie, 2007).

L'attractivité touristique de la Haute Savoie génère aussi des « lits froids ». **Les résidences secondaires représentent aujourd'hui plus de la moitié des logements en stations.** Leur part progresse encore, pour atteindre des valeurs extrêmes : 96% de résidences secondaires aux Contamines-Montjoie. Sur la période récente qui s'étend de 2003 à 2006, la proportion de nouvelles constructions oscille entre 50 et 60% de résidences secondaires.



Une offre pléthorique donc, rentable pour les investisseurs à l'inverse d'autres types d'hébergement qui eux viennent à manquer : c'est le cas notamment du logement des saisonniers. Chaque année, le département offre pas moins de 22 000 emplois saisonniers en moyenne. D'après une étude de 2001⁹, 55% environ sont recrutés à l'extérieur des stations et doivent donc se loger. Certes, 43% de ces saisonniers sans logement sont logés par leur employeur. Cela représente tout de même entre 9 700 et 12 100 personnes qui doivent se loger par leurs propres moyens, en pleine saison touristique, si possible en station ! Du coup, compte tenu des rémunérations des saisonniers, **18% des saisonniers étaient dans l'urgence d'une solution de logement : il manquait 1 200 à 1 500 logements saisonniers sur l'ensemble de la Haute-Savoie pour résoudre ce problème à court terme !**

Les pratiques touristiques hivernales face à la demande et à l'environnement

Le tourisme hivernal : entre remise en question et équipement

Aujourd'hui, le tourisme hivernal n'est plus nécessairement associé à la pratique systématique des sports d'hiver. En 2006, les vacances d'hiver représentaient 38,3 % des départs en vacances des français, dont 8,1% aux sports d'hiver avec pratique¹⁰.

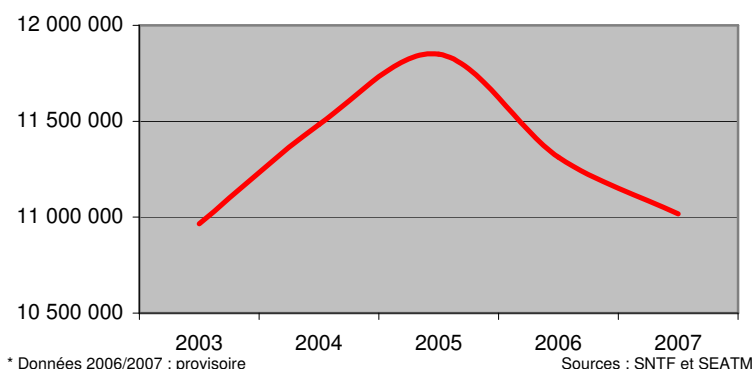
L'évolution récente du nombre de journées skieurs en Haute-Savoie peut témoigner des effets de l'élargissement de l'offre touristique hivernale. Les consommateurs effectuent leur choix d'activités « au jour le jour », en profitant des activités et produits complémentaires à l'offre classique des sports de glisse.

⁹ DDE, CILSE, Conseil Général : Etude sur le logement des saisonniers en Haute-Savoie (2001)

¹⁰ D'après ODIT France

Certaines activités touristiques souffrent cependant de leur vulnérabilité face aux évolutions climatiques. **Les hivers sans neige sont de plus en plus difficiles à surmonter pour les petites stations de moyenne montagne ; elles sont bien souvent moins équipées que les grands domaines skiables d'altitude.** A terme, les structures les plus fragiles ne peuvent plus assumer le coût de nouveaux équipements ; la menace pèse sur ces stations, qui sont parfois amenées à cesser leur activité ski et à démanteler leurs remontées mécaniques. Ce constat d'échec est souvent vécu difficilement par la population locale, comme par exemple à Abondance suite à la décision de fermer le domaine skiable de l'Essert pour l'hiver 2007/2008.

Evolution du nombre de journées skieurs en Haute-Savoie (hors Vallée verte)



Selon les hypothèses tirées par différentes études sur l'évolution climatique à venir, plusieurs scénarii sont envisageables. L'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE) considère qu'un domaine skiable est viable s'il bénéficie d'un minimum de 100 jours d'enneigement naturel par an. Selon ces chiffres, ce sont **près de la moitié des domaines skiables de Haute-Savoie qui pourraient disparaître en cas d'augmentation globale de la température moyenne de 2 °C.** Seuls 18 domaines persisteraient sur les 37 actuels¹¹.

C'est pourquoi l'enneigement artificiel se développe par anticipation et par nécessité. On s'équipe pour augmenter la capacité d'absorption de skieurs (11 nouvelles remontées mécaniques en moyenne par an depuis 2003) et pour assurer un enneigement artificiel nécessaire à une meilleure répartition des touristes sur le domaine. Il s'agit de satisfaire la clientèle mais aussi de répondre à des problèmes de sécurité en évitant l'engorgement des pistes en cas de faible enneigement.

Dès aujourd'hui, les disparités ressortent selon l'altitude des stations et la taille du domaine skiable (les plus gros domaines ont de plus grosses capacités d'investissement).

Evolution de l'enneigement aux Gets et à Montmin

Chutes de neige aux Gets (1 172 m)		Chutes de neige à Montmin (1 050 m)	
2006-2007	274 cm	2006-2007	91 cm
1960-2001 (médiane)	303 cm	1960-2001 (médiane)	105 cm
Manteau neigeux max. aux Gets		Manteau neigeux max. à Montmin	
2006-2007	23 cm	2006-2007	15 cm
1960-2001 (médiane)	78 cm	1960-2001 (médiane)	13 cm

Source : Météo France

En prenant l'exemple des stations de Montmin et des Gets, un léger écart d'altitude (bas des pistes) fait clairement apparaître une grande différence dans l'enneigement annuel, que ce soit en chutes de neige ou en manteau neigeux. En termes de capacité d'investissement, les deux domaines divergent aussi. Avec 3 pistes à Montmin, le potentiel d'investissement de la station de moyenne montagne ne fait pas le poids face au domaine des *Portes du Soleil* auquel la station des Gets est rattachée.

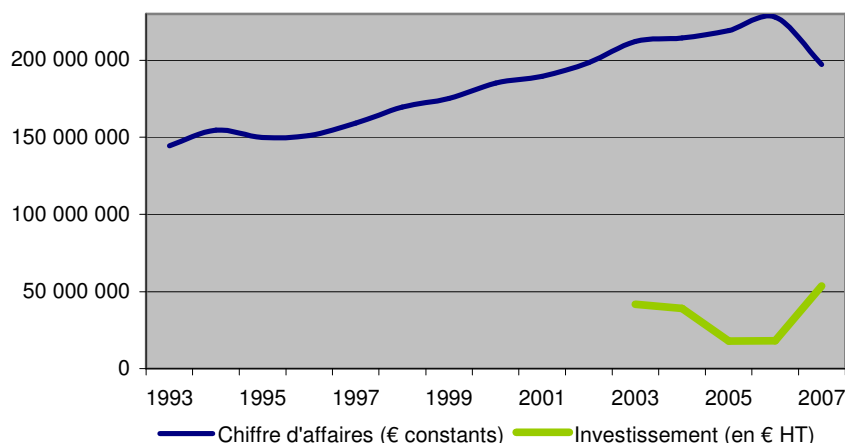
¹¹ OCDE, 2007

Toutefois, un fond de solidarité départemental permet de rééquilibrer les capacités d'investissement ou de favoriser la diversification de l'offre touristique des petites stations. Les subventions versées sont issues d'un pourcentage du chiffre d'affaires prélevé aux plus grands domaines skiables du département. **En 2007, 9 stations ont pu se partager près de 10 M€ sous forme de contrats d'objectifs signés avec le Conseil général.**

■ Le poids économique des stations de la Haute-Savoie s'affirme en 2007

L'équipement des stations de sports d'hiver permet à la Haute-Savoie de se prémunir de l'évolution des marchés touristiques comme des aléas climatiques. Malgré une baisse du nombre de journées ski vendues ces deux dernières années, les investissements réalisés offrent de bons résultats sur l'ensemble du département. Le chiffre d'affaires des remontées mécaniques des stations haut-savoyardes a ainsi progressé de 26,8% entre 1993 et 2007, malgré une baisse de -13,5 % enregistrée en 2006-2007.

Evolution du chiffre d'affaires et des investissements des Remontées Mécaniques (en € / de 1993 à 2007)



Sources : SNTF, SEATM et STRMTG

Tel un cercle vertueux, la hausse du résultat d'activité doit permettre aux stations de réinvestir en équipements. Or, le niveau d'investissement dans les remontées mécaniques en Haute-Savoie a plutôt été orienté à la baisse entre 2003 et 2006 : c'est bien le signe que la gestion d'un domaine skiable est extrêmement coûteuse (main d'œuvre, entretien et renouvellement du matériel, sécurisation, etc.) et peut se transformer en gouffre financier lorsque la clientèle n'est pas au rendez-vous. En 2007, les investissements haut-savoyards ont repris, ce malgré un recul du chiffre d'affaires sur l'hiver 2006/2007. L'investissement sur la période récente semble plutôt suivre le schéma de plans pluriannuels d'équipement et de renouvellement.

Ces à-coups dans les investissements ne remettent toutefois pas en cause la place qu'occupe la Haute-Savoie dans l'investissement global en France. **Depuis 2003, l'investissement haut-savoyard pèse près du tiers du poids total des Alpes du Nord. Cette part est ramenée à 22% à l'échelle nationale.**

Le poids économique des stations de la Haute-Savoie s'affirme en 2007 ; le département s'octroie plus de la moitié des investissements Nord-Alpins dans les remontées mécaniques (51,7%, soit 53,75 M€). Rapporté à l'investissement national, le poids économique Haut-Savoyard s'élève à 43% des investissements totaux. Ces derniers chiffres contrastent avec ceux de 2005 : alors que l'investissement global atteignait les sommets (près de 202 M€ totalisés en France), la part des investissements haut-savoyards n'était que de 8,9 % (soit 17,9 M€).

Les alternatives au « tout ski » : la diversification de l'offre sur la saison estivale

Les actions du premier plan *marketing* commun « Savoie / Haute-Savoie » (2001-2004) ont été consacrées au deux tiers à l'été. Cette répartition voulue par les Agences Touristiques Départementales traduit bien l'un des objectifs prioritaires poursuivi pendant ces années : la dessaisonalisation de l'activité touristique. Avec un tourisme bi-saisonnier, la Haute-Savoie possède ainsi un terreau fertile pour compléter son offre estivale.

Une progression timide de la fréquentation freinée par une météo défavorable

En plus du nombre de nuitées enregistrées dans le département, les retombées économiques du tourisme estival se mesurent par la fréquentation des différents sites touristiques. Depuis 1999, celle-ci progresse légèrement : +1% sur la période 1999-2006. La baisse annuelle de 3,1% enregistrée sur 2005-2006 traduit les effets d'un temps maussade qui a perturbé la saison touristique.

Selon que le site soit couvert (musées, châteaux, etc.) ou en plein air (cascades, gorges, belvédères desservis par téléphérique, train ou tramway touristiques, etc.), ce constat ressort nettement. Ces dernières années, la fréquentation a progressé dans les sites couverts tandis qu'elle régressait en plein air, en raison de la succession d'été pluvieux. Au contraire, l'été caniculaire de 2003 est responsable du succès des sites extérieurs (particulièrement en montagne où l'air y était plus frais).

Evolution de la fréquentation des sites et musées en Haute-Savoie

	1999	2003	2004	2005	2006	Evolution 1999-2006	Evolution 2005-2006
Musées et châteaux	459 893	421 390	528 435	497 775	548 429	19,3%	10,2%
Sites plein air	2 130 613	2 394 154	2 305 501	2 200 957	2 067 648	-3,0%	-6,1%
Fréquentation totale	2 590 506	2 815 544	2 833 936	2 698 732	2 616 077	1,0%	-3,1%

Source : ATD

La Haute-Savoie reste tout de même une destination prisée pour la qualité de son cadre naturel : les sites en plein air sont quatre fois plus fréquentés que les musées et châteaux¹². L'étude « image Savoie Haute-Savoie » menée auprès du grand public en été 2004 renforce ce constat. **80% des personnes interrogées attestent que l'imagent « Savoie Haute-Savoie » se construit d'abord sur ses paysages et espaces naturels. Seuls 14% des réponses renvoient à l'image d'une destination culturelle**¹³.

La diversification de l'offre estivale s'appuie donc sur des atouts reconnus et doit composer avec ses handicaps : la météorologie, jugée trop variable par les consommateurs constitue une faiblesse pour la destination Savoie/Haute-Savoie au sens large¹⁴... Mais le potentiel de diversification doit miser à la fois sur des valeurs sûres (comme la randonnée), ou exploiter des niches (comme le golf).

¹² Ce ratio est donné à titre indicatif : les chiffres sont issus d'une enquête menée chaque année par l'ATD. Tous les sites et musées n'y répondent pas nécessairement.

¹³ ATD (2005).

¹⁴ ATD (2005).

■ Un tourisme de la randonnée pédestre en Haute Savoie ?

Le département peut s'appuyer sur un réseau dense de sentiers. On compte aujourd'hui quasiment « *autant de chemins de randonnée balisés que de routes nationales et départementales goudronnées* »¹⁵, soit près de 2 900 km de chemins de randonnée !

Fin 2007, le Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR) comptait exactement 3 010 kilomètres de sentiers inscrits. A cette date, les deux tiers sont effectivement balisés (+100 km entre 2006 et 2007). Parmi le total de sentiers inscrits, on distingue 525 km de chemins de Grande Randonnée (GR), 1 185 km de chemins de pays (GRP et autres) et 1 300 km de Boucles d'Intérêt Départemental.

Le PDIPR représente un investissement départemental fort pour la diversification touristique de la Haute-Savoie, avec un coût global de 300 000 € chaque année. Le plan ne se cantonne pas à l'unique pratique sportive de la randonnée mais se destine aussi à l'équipement des sentiers pour l'accès aux publics à mobilité réduite. Actuellement, deux sentiers sont équipés pour un total de 8 km, et 6 nouveaux sont en projet. L'évolution des pratiques de la randonnée amène enfin à intégrer deux nouvelles boucles de 30 km au PDIPR : elles sont destinées à l'activité équestre et à la pratique du VTT (actuellement, 6 autres sentiers équestres sont en projet).

Désormais, il faudra plutôt compter sur l'inscription de 300 à 500 kilomètres de sentiers par an. La randonnée pédestre ne représentera plus que 10 à 20 km supplémentaires par an ; ce sont les activités équestres et le VTT qui poussent à faire croître l'offre en sentiers balisés.

En favorisant l'accès aux chemins de randonnées par leur équipement, la Haute-Savoie s'accorde parfaitement avec les objectifs de développer un « tourisme de la santé » chez les seniors. La stratégie *marketing* 2006-2010 « Savoie Haute-Savoie » mise sur les évolutions démographiques et des pratiques touristiques. « *Le tourisme en 2010 sera [...] senior et affinitaire [...]. Les seniors composeront 50% de la clientèle, leurs départs en vacances s'effectuent tout au long de l'année* »¹⁶.

La pratique de la randonnée est également favorisée par un accès aisé à certains sites renommés en plein air (Brévent, Mer de Glace notamment), où la présence de sentiers balisés invite à la promenade. On le voit, **la randonnée n'a plus une connotation aussi sportive qu'autrefois : elle intervient aujourd'hui davantage comme une activité ludique à proximité des stations et accessible à un public beaucoup plus large.**

■ Les activités de niche : quelles pistes exploite la Haute-Savoie ?

Avec Chamonix et le Mont Blanc comme vitrine, l'alpinisme génère des retombées économiques appréciables et attire une clientèle internationale. Les commerces d'articles de sports (équipement spécifique et onéreux), les professionnels de la montagne (guides de haute montagne) ou encore les hébergements en tirent profit.

Cependant, d'autres activités ont été développées plus récemment et reflètent l'évolution d'une pratique moins intense et engagée du tourisme sportif : c'est le cas du golf.

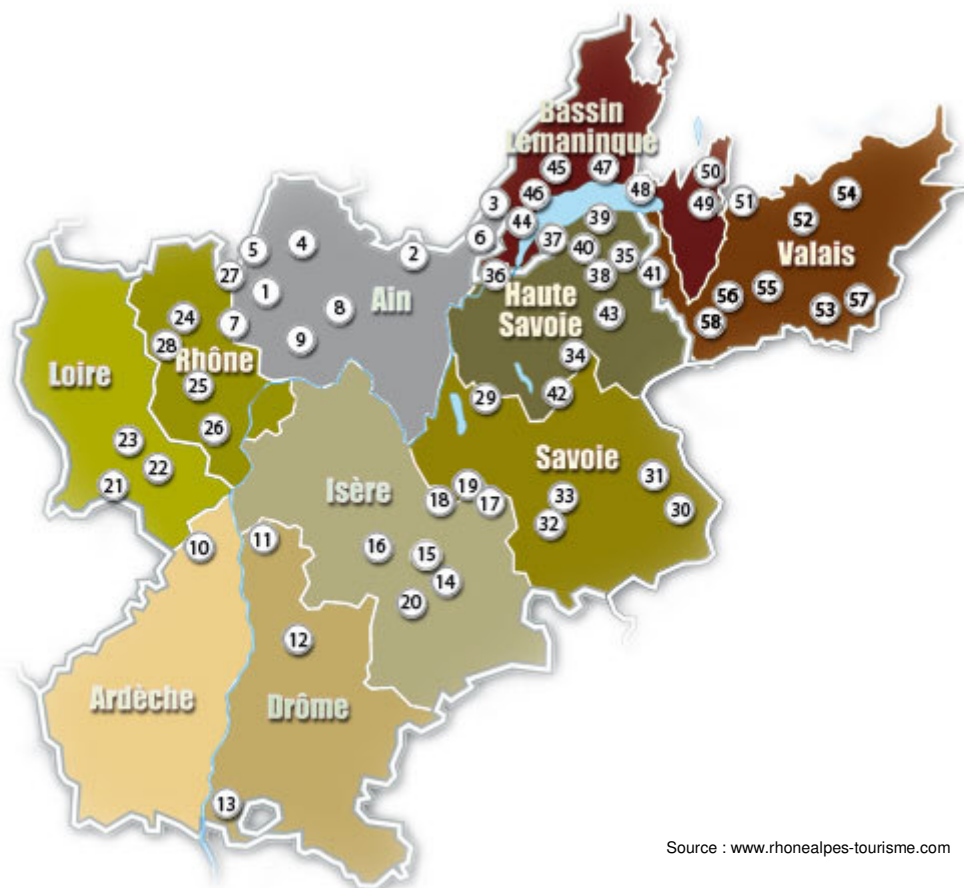
Le golf s'appuie sur des valeurs prisées par la clientèle actuelle : la détente, le paysage et les espaces naturels. Cette activité est en outre l'apanage d'un public nanti : elle est source de plus-value pour le territoire et répond en outre parfaitement à l'évolution de la clientèle ces quinze dernières années en Haute-Savoie.

¹⁵ Dauphiné Libéré du 10 décembre 2006.

¹⁶ ATD (2005).

Notre département, et plus largement l'ensemble de la région Rhône-Alpes, ont largement investi dans le développement de cette activité. Ainsi, **aujourd'hui la Haute-Savoie est le département de Rhône-Alpes possédant le plus grand nombre de clubs de golfs (10 sur 43 au total)**¹⁷.

Localisation des clubs de golf en Rhône-Alpes en 2007



Source : www.rhonealpes-tourisme.com

En considérant la concentration de golfs autour du lac du Léman (Haute-Savoie, Pays de Gex, Bassin Lémanique et Valais), la Haute-Savoie peut se permettre d'attirer une clientèle à fort pouvoir d'achat, provenant notamment de la Suisse.

Les potentiels d'activités pluri-saisonniers en Haute-Savoie

Depuis quelques années, le tourisme d'affaires voit son activité émerger en Haute-Savoie, se cantonnant aux grandes agglomérations du département dotées d'un centre de congrès ou d'infrastructures propices à son développement. On ne peut affirmer encore si le tourisme d'affaires peut devenir un véritable produit touristique au même titre que le ski ou l'alpinisme par exemple. On peut cependant reconnaître que **la tenue de séminaires vient aujourd'hui soutenir l'activité touristique dans ses périodes habituellement creuses (les intersaisons) et du même coup s'appuyer sur une gamme de produits existants et diversifiés qui peuvent être proposés aux clients.**

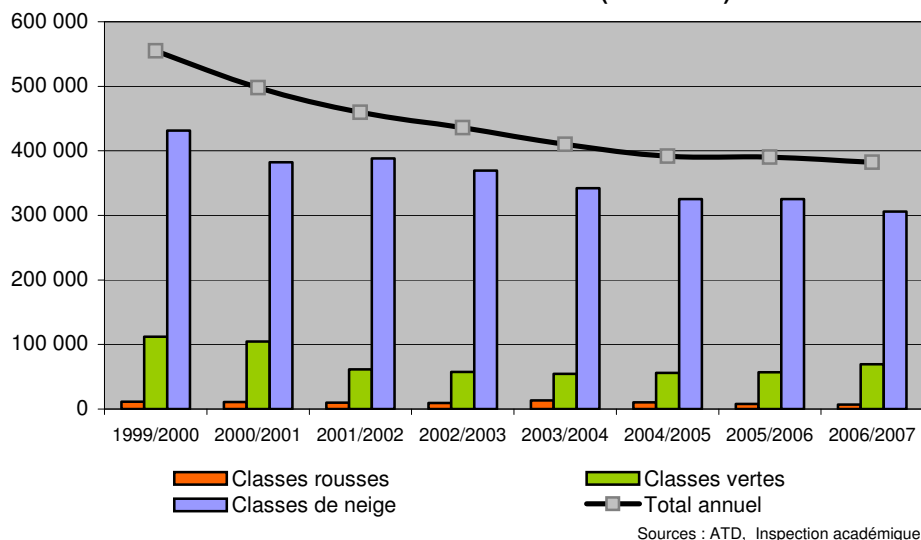
¹⁷ « Le développement des pratiques du golf touristique et de loisirs en Rhône-Alpes », cahiers de la MITRA n°6, 2004

Le tourisme d'affaires tend à développer le « haut de gamme » : une enquête¹⁸ révèle qu'en 2006, 74% des entreprises implantées en France ont opté pour un hébergement supérieur ou égal à 4 étoiles (contre 51,9% en 1999). L'enquête précise que l'hôtellerie représente près de 46% des dépenses dans les grands événements.

En Haute-Savoie, 1,5 million de nuitées ont été comptabilisées en 2006 au sein de l'agglomération d'Annecy. Près de 50% d'entre elles peuvent être attribuées au tourisme d'affaires... bien que ces quelques chiffres n'esquissent qu'une tendance.

Enfin, les classes de découverte offrent de sérieuses alternatives à la mono-activité des stations de sports d'hiver. Depuis plusieurs décennies, les voyages scolaires ne font cependant plus recette et le nombre total de nuitées décroît (encore 170 000 nuitées de moins en 7 ans, soit une baisse de plus de 30%). Ce produit sort du schéma d'évolution de la consommation touristique actuelle : il repose sur des moyens séjours et sur une offre d'hébergement de qualité moins élevée. Mais ce type de produits vise à garantir la clientèle de demain en touchant très tôt un public jeune. Dans les habitudes de départ en sports d'hiver, « *plus la pratique sportive est commencée tôt, plus elle est pratiquée longtemps* »¹⁹. A l'heure où le déclin des classes de découverte semble être enfin enrayé, le maintien de cette pratique, historiquement très présente dans le département, peut permettre à la Haute-Savoie de se faire connaître auprès de futurs consommateurs (un pari pour l'avenir) mais aussi auprès de leurs familles (un pari pour le présent).

Evolution du nombre de nuitées
en classes de découverte (1999-2007)



S'il est évident qu'à ce jour la Haute Savoie bénéficie d'un « terreau économique » sur lequel s'est considérablement développé le tourisme, il ne faut pas écarter la vulnérabilité de cette activité face aux évolutions climatiques mais surtout aux évolutions des modes de vie. Le comportement volatil des touristes peut engendrer beaucoup plus rapidement que par le passé une baisse de la fréquentation touristique, et donc par contrecoup une fragilisation de nombreux emplois, commerces et autres activités dérivées.

Dans une vision à plus long terme, il semble clair que la Haute-Savoie reste encore largement dépendante en hiver de l'or blanc. Certes, les certifications environnementales (ISO 14 001) de certaines stations touristiques se multiplient et l'association des élus de montagne (ANMSM) a récemment adopté une « Charte en faveur du Développement Durable des stations en montagne » : l'environnement et le développement durable

¹⁸ Observatoire « Bedouk Meeting & Event Media – Coach Omnium » dans l'Eco des Pays de Savoie du 9 mars 2007

¹⁹ Source : Compagnie des Alpes, ATD, 2005

commencent à devenir un argument marketing de notre territoire. Cependant derrière l'image idéalisée de la montagne délivrée aux touristes et ces divers engagements, se livre une concurrence effrénée pour capter la clientèle.

Cette concurrence prend la forme d'investissements massifs pour offrir un domaine skiable toujours plus attractif, pour offrir des hébergements toujours plus confortables et des services toujours plus variés et de qualité. La course à la qualité et au confort n'est pas sans difficulté et implique de profondes transformations dans l'offre touristique de la Haute-Savoie. Ainsi, les petites stations de ski, les hébergements de moindre confort, les activités les plus sportives, éprouvent des difficultés à résister face à la montée en puissance d'un tourisme plus exigeant et plus argenté.

Le parallèle entre un tourisme devenu moins populaire que dans le passé et une population locale qui dispose des revenus parmi les plus élevés de France n'en est que plus saisissant.