

Séjours junior à la neige :

Le ski est un marché mature à la clientèle vieillissante, après la folle croissance des années 1970-80. Or, dans le même temps, l'accueil des jeunes, clients de demain, n'a cessé de décroître.

Didier Arino, du cabinet Pro-tourisme, confirme : « La diminution des classes de neige, la disparition des colonies de vacances font qu'on a un gros problème de renouvellement des skieurs par les jeunes. »

Cette vision à long terme de la clientèle, Vincent Rolland, président de Savoie-Mont-Blanc, l'agence touristique savoyarde, a conscience de sa nécessité, saluant le rôle d'associations comme Savoie/Haute-Savoie juniors pour faciliter la mise en relation entre bassins émetteurs et récepteurs de classes découvertes.

Las, depuis dix ans, elles sont impuissantes à enrayer la baisse. Selon Claude Comet, conseillère régionale Rhône-Alpes en charge de la montagne, le débat est récurrent : « Outre l'inertie de l'État et de ses services, il y a aussi l'absence de volontarisme des stations. »

Selon la ligue de l'Enseignement, en dix ans, les classes découvertes en France -70 % de classes de neige ont baissé de 30 %. Et depuis les années 80, les nuitées avaient déjà chuté de 40 %.

« On a l'impression que la montagne n'aime pas les jeunes, analyse Catherine Milon, directrice de Savoie Haute-Savoie juniors. C'est le seul secteur où les enfants sont absents de la stratégie marketing. »

Récemment, Megève accueillait les rencontres des pro-



Des séjours aidés pour que les enfants des villes découvrent la passion de la neige. Photo OL / Norbert FALCO

fessionnels des séjours juniors dans les Alpes. Un constat unanime a émergé : cette grande cause régionale n'est pas une priorité nationale.

Écolier initié = client skieur de demain

Il y a dix ans le rapport parlementaire Pavy sensibilisait déjà les communes touristiques et les pouvoirs publics à la nécessité de donner un nouvel élan à ce tourisme social. À l'évidence, l'appel n'a pas été suivi d'effet.

Outre les tarifs, les raisons sont multiples et les responsabilités partagées (lire ci-contre). Pour Damien Fossa, président de l'association des centres de vacances pour enfants en Vercors (Isère), le temps est venu de faire valoir la dimension commerciale de ce tourisme aux effets peu visibles. « Il faut convaincre nos partenai-

res que nous sommes des acteurs économiques à part entière sur nos territoires. »

En 2008 en France, les classes découvertes ont généré un chiffre d'affaires de 300 millions qui s'ajoute à celui des colonies. Sylviane Grosset-Janin,

maire de Megève, en charge du dossier à l'association des maires de montagne en est convaincue : « Le futur, c'est l'accueil des enfants qui, une fois adultes, reviendront en famille. »

Certains acteurs économi-

Que font les stations pour attirer les enfants ?

Certes, des négociations sont en cours entre élus de montagne et acteurs socio-économiques du ski pour optimiser le coût des séjours jeunes et des classes de neige, mais le processus est long. Pour l'heure, on signale des initiatives ponctuelles des stations. Selon les massifs, les remontées mécaniques accordent des offres intéressantes aux jeunes locaux. Cet hiver, la tendance sur les pistes est au développement des espaces débutants. Plusieurs stations com-

me Praz-sur-Arly (Haute-Savoie), depuis deux ans, et particulièrement les sites de Labelle montagne (Notre-Dame, Savoie, Orcières, Hautes-Alpes) qui se positionnent sur une clientèle familiale, proposent une heure d'initiation gratuite aux non-skieurs.

Une politique volontariste

C'est encore insuffisant face au défi du renouvellement des générations de skieurs. Seules des mesures de fonds à desti-

REPÈRES

EN CHIFFRES

■ Seuls 8,7 % des Français sont partis à la neige en 2009/2010 (SOFRES)
-30 % : baisse en dix ans des classes découvertes en France
-31 % d'enfants en colonie depuis 1999 et -20 % en classes découvertes depuis 1995 pour le secteur Savoie/Haute-Savoie, premier récepteur de classes de neige.
3 millions : nombre d'enfants qui partent en colonie en France chaque année.

ques, comme les loueurs sont prêts à faire des efforts au niveau tarifaire. Après le blocage se situe au niveau des villes émettrices qu'il faut aider financièrement au départ. »

Les rencontres de Megève ont débouché sur un manifeste pour une reconnaissance des centres de vacances comme entités éducatives spécifiques.

Antoine CHANDELLIER

nation des groupes seraient salvatrices. « Il faut une politique volontariste pour amener les enfants à la montagne », insiste Didier Arino. Les élus de stations espèrent réunir la chaîne des acteurs. À commencer par les remontées mécaniques et les moniteurs. Pour Antoine Fatiga, figure emblématique de la CGT et conseiller régional, « les stations de la Compagnie des Alpes font plus de réduction pour les tours opérateurs que pour les classes de neige. » □