

SCHEMA DEPARTEMENTAL DU TOURISME

Orientations stratégiques

Juin 2013

Sommaire

PARTIE 1 : ENJEUX ET STRATEGIE..... 7

| | |
|--|-----------|
| I. LE DEVELOPPEMENT DU TOURISME EN SAVOIE..... | 9 |
| I.1 - LE XIX SIECLE : du tourisme aristocratique aux inventeurs des sports de montagne, naissance et développement d'un tourisme estival essentiellement sportif | 9 |
| I.2 - LE XX SIECLE : avènement des sports d'hiver et création de plusieurs générations de stations..... | 9 |
| II. L'ECONOMIE TOURISTIQUE DE LA SAVOIE | 11 |
| II.1 - Evolution de la fréquentation et retombées économiques | 11 |
| II.2 - L'évolution des clientèles | 14 |
| II.3 - La clientèle et ses attentes | 17 |
| III. LES ANNEES 1990–2012 : MARKETING DE LA DEMANDE, DIVERSIFICATION ET QUALIFICATION DE L'OFFRE..... | 19 |
| III.1 - Consolider le tourisme hivernal | 19 |
| III.2 - Diversifier l'offre globale | 19 |
| III.3 - La stratégie de la marque de Savoie Mont Blanc Tourisme | 20 |

PARTIE 2 : BILAN DE LA POLITIQUE DU DEPARTEMENT AU REGARD DES TROIS FONDAMENTAUX D'UNE DESTINATION TOURISTIQUE 21

| | |
|---|-----------|
| I. UNE OFFRE D'ACTIVITES EN VOIE DE CONSOLIDATION..... | 23 |
| I.1 - Hébergements touristiques marchands | 23 |
| I.2 - Aménagements et équipements touristiques de diversification | 24 |
| I.3 - Thermalisme | 24 |
| I.4 - Activités de pleine nature et diversification de plein air | 25 |
| I.5 - Tourisme adapté..... | 26 |
| I.6 - Domaines skiables | 26 |
| I.7 - Immobilier de loisir..... | 27 |
| I.8 - Valorisation du patrimoine et événements culturels | 27 |
| I.9 - Agritourisme | 27 |
| I.10 - Infrastructures numériques..... | 28 |
| I.11 - Transports et déplacements..... | 28 |
| II. DES ACTEURS DU TOURISME MOBILISES ET DES TERRITOIRES EN ORDRE DE MARCHÉ..... | 29 |
| II.1 - Soutien aux structures œuvrant en faveur du tourisme et de la montagne..... | 29 |
| II.2 - Ingénierie des territoires | 29 |
| II.3 - Communication et promotion des territoires | 30 |
| II.4 - Commercialisation..... | 30 |
| II.5 - Démarches innovantes autour des territoires et des thématiques..... | 30 |
| II.6 - Participation à la gestion de domaines skiables..... | 31 |
| II.7 - Politique en faveur des saisonniers..... | 32 |
| II.8 - Fleurissement | 32 |
| II.9 - Tourisme en faveur des jeunes | 32 |
| III. IDENTITE TOURISTIQUE : PLUS DE SENS, PLUS DE PERSONNALITE, PLUS DE SINGULARITE..... | 35 |
| IV. BILAN FINANCIER SUR LA PERIODE 2000 – 2012..... | 37 |
| IV.1 - Dépenses d'investissement..... | 37 |
| a. Budget consacré au tourisme en 2012 | 37 |
| b. Zoom sur les dépenses liées spécifiquement à la politique touristique de 2000 à 2012 | 38 |
| IV.2 - Dépenses de fonctionnement | 38 |
| a. Budget consacré au tourisme en 2012 | 38 |
| b. Zoom sur les dépenses liées spécifiquement à la politique touristique de 2000 à 2012 | 39 |
| IV.3 - Recettes issues de l'activité touristique | 40 |
| a. Recettes liées à l'activité touristique | 40 |
| b. Recettes exceptionnelles en faveur du Plan tourisme | 40 |
| IV.4 - Fonds européens programmés en faveur du tourisme sur la période 2007-2013..... | 41 |

| | |
|---|-----------|
| I. PRINCIPES GENERAUX | 45 |
| I.1 - Une stratégie touristique réorientée | 45 |
| I.1.1 Clé d'entrée : une approche globale et intégrée | 45 |
| I.1.2 Objectifs poursuivis | 46 |
| a. Poursuivre la diversification..... | 46 |
| b. Qualifier l'offre et les services en lien permanent avec l'évolution de la demande | 46 |
| c. Améliorer la qualité des services touristiques | 46 |
| d. Favoriser davantage les offres libres d'accès | 47 |
| e. Améliorer la visibilité de l'offre..... | 47 |
| f. Développer une attention particulière en direction des publics "jeunes" | 47 |
| I.2 - Une gouvernance redéfinie | 48 |
| a. Différentes échelles d'intervention | 48 |
| b. Un principe de co-élaboration avec les territoires | 49 |
| c. Une dynamique de réseau | 49 |
| d. Une concertation avec les autres niveaux institutionnels | 50 |
| II. LEVIERS D'INTERVENTION..... | 51 |
| II.1 - Ingénierie départementale..... | 51 |
| II.2 - Ingénierie touristique apportée aux projets | 51 |
| II.3 - Animation de démarches collectives..... | 52 |
| II.4 - Visibilité de l'offre et soutien aux outils de mise en marché | 53 |
| II.5 - Aide aux investissements | 55 |
| III. INTERVENTIONS FUTURES A PRIVILEGIER : LES THEMES PRIORITAIRES..... | 57 |
| III.1 - Structuration de l'offre et des services | 57 |
| a. Stations de montagne..... | 57 |
| b. Stations thermales..... | 59 |
| c. Hébergements touristiques marchands..... | 60 |
| d. Immobilier de loisir | 61 |
| e. Activités de découverte et de pleine nature..... | 62 |
| f. Activités de découverte des territoires | 64 |
| g. Projets expérimentaux et/ou innovants | 66 |
| III.2 - Fluidité du parcours du client en Savoie | 67 |
| a. Intermodalité | 67 |
| b. Signalétique touristique routière..... | 67 |
| c. Stratégies numériques | 67 |
| III.3 - Identité et sens de la destination | 69 |
| IV. MISE EN ŒUVRE ET SUIVI | 71 |
| IV.1 - Outils financiers..... | 71 |
| IV.2 - Outils de suivi | 73 |
| ANNEXES..... | 75 |

Avant Propos

Le fait touristique en Savoie est ancien dès l'antiquité pour le thermalisme et le XIX siècle pour le tourisme estival sportif de montagne, soit bien avant le tourisme hivernal qui apparaît timidement au début du XX siècle.

Le Département de la Savoie prend véritablement part au développement du tourisme en 1945 avec la création de la station de Courchevel.

Parallèlement, c'est à compter du milieu du XX siècle que le développement économique de la Savoie devient très fortement lié à l'activité touristique : activité du bâtiment et travaux publics, commerces et artisanat, industrie des transports, sociétés de services, et plus récemment recherche et innovation, via les pôles de compétitivité, le cluster des industries de Montagne.... Les emplois directs et indirects de ce secteur d'activité sont très nombreux. A ce jour, le tourisme en Savoie génère chaque année plus de **4,3 milliards d'euros de retombées économiques directes et indirectes pour le territoire.**

En tant qu'acteur de l'activité touristique, le Département de la Savoie s'est doté d'une stratégie de développement touristique en adoptant un Schéma départemental du tourisme (SDT) dès 1996. Celui-ci a été actualisé en 2001, puis en 2006 avec le déploiement d'un Plan tourisme pour la période 2006 – 2015. L'arrivée à échéance du Plan en 2015 donne l'occasion de débattre à nouveau des conditions de poursuite de la politique départementale en faveur du tourisme, des loisirs et de la montagne.

Les élus départementaux, en septembre 2012, ont sollicité les services du Conseil général et l'Agence Touristique Départementale (ATD), afin de leur permettre de réaliser une nouvelle actualisation du Schéma départemental du tourisme.

Cette démarche s'inscrit également dans une actualité marquée par plusieurs éléments majeurs :

- tout d'abord, les travaux lancés en février 2012 sur la révision de l'ensemble des politiques du Département et dans ce cadre, le chantier sur la **réforme des aides du Départements** ;
- ensuite, les échanges entre les différents niveaux institutionnels (Union européenne, Etat, Région, Département) afin d'une part, de travailler à l'élaboration des prochains **programmes européens 2014-2020** et donc de contribuer aux Conventions Interrégionales du Massif Alpin et du Plan Rhône, au programme de Coopération transfrontalière Alcotra, ainsi qu'à la politique régionale en Rhône Alpes ; et d'autre part, de rester attentif au **projet de loi de décentralisation et de réforme de l'action publique** ;
- puis, la **structuration effective des 7 territoires** de Savoie ainsi que des nouvelles **collaborations bi-départementales** au travers d'actions conduites par l'Assemblée des Pays de Savoie (APS) ;
- enfin, bien que non délocalisable, l'activité touristique évolue dans un environnement très concurrentiel, il y a une nécessaire attention à porter aux évolutions des **attentes des clientèles** avec notamment les bouleversements induits par les **nouveaux modes de communication.**

Le terme tourisme est ici appréhendé dans sa notion la plus large, incluant ainsi les loisirs, qu'ils soient à destination des populations permanentes, comme des excursionnistes.

Le tourisme hivernal constitue le socle de l'économie touristique en Savoie. **La Savoie occupe la place de leader mondial** grâce à son parc de remontées mécaniques exceptionnel et à la taille de ses domaines skiables. Néanmoins, cette situation reste fragile et il convient de la conforter. Par ailleurs, travailler à la **diversification**, notamment au confortement de la saison estivale, est un impératif qui doit permettre de mieux équilibrer la dynamique économique de la Savoie. Il s'agit de garantir un ancrage de l'activité et des emplois à l'année, en faisant bénéficier les ressources locales et les acteurs locaux de cette activité (artisans commerçants, professionnels des métiers de la montagne...) et ainsi assurer le maintien d'activités et de services pour les populations locales.

Ce **soutien et cet accompagnement du Département** en faveur du tourisme passent par :

- la prise en compte des atouts et contraintes propres à chaque **territoire** ;
- la préservation de **l'environnement** naturel et paysager, véritable atout et facteur essentiel de son attractivité touristique ;
- un développement au service des **habitants**.

Les enjeux de la politique en faveur du tourisme sont multiples. Les réponses nécessitent **une approche globale et transversale** tant sur les aspects économiques, sociaux, environnementaux que sur les modes de gouvernance, soit une approche fondée sur les principes d'un développement durable.

Ce schéma se présente sous la forme d'un **document cadre** (le présent document), organisé en trois parties ; en premier lieu, un panorama du tourisme en Savoie, puis le bilan de l'action conduite par le Département sur la période 2000-2012 et enfin les nouvelles orientations que porte le Département.

En application de ces éléments de cadrage, dans le courant du second semestre 2013, un second document présentera dans le détail les **thématiques prioritaires et leurs modalités de mise en oeuvre**.

La période d'intervalle entre l'adoption du document cadre et la présentation du détail des thématiques prioritaires va donner lieu à **une concertation** avec les acteurs, les territoires et les organismes concernés par l'activité touristique afin de confronter et enrichir les propositions d'actions.

La politique du Département en faveur du tourisme ne saurait se résumer à ces deux documents. Les principes énoncés dans le schéma seront complétés et étoffés par d'autres documents. Par exemple, celui-ci annonce la création d'une Commission départementale des espaces, sites et itinéraires relatifs aux sports de nature (CDESI) et la mise en oeuvre d'un **Plan départemental des espaces, sites et itinéraires** (PDESI), ces outils au service de la mise en oeuvre du SDT feront l'objet d'une rédaction à part, tout comme l'actualisation du **Plan départemental des itinéraires de promenade et randonnée** (PDIPR) ou encore l'actualisation du **Schéma directeur de signalisation touristique**.

Enfin les enjeux économiques et sociaux sont tels en Savoie, que le SDT devra être mis en oeuvre de la façon la plus adaptable possible. Un dispositif de **veille et d'évaluation** est indispensable pour permettre **une actualisation régulière tant dans ses objectifs que dans ses moyens de mise en oeuvre**.

PARTIE 1 : ENJEUX ET STRATEGIE

I. LE DEVELOPPEMENT DU TOURISME EN SAVOIE

On peut considérer que le tourisme en Savoie est apparu à l'époque romaine avec les thermes d'Aix-les-Bains qui ont connu leur avènement au XVIII et XIX siècles. Le développement du tourisme en Savoie est donc une histoire ancienne et largement antérieure au développement prodigieux des stations de sports d'hiver depuis 1945.

I.1 - LE XIX SIECLE : du tourisme aristocratique aux inventeurs des sports de montagne, naissance et développement d'un tourisme estival essentiellement sportif

Le 8 août 1860, William Mathews, Michel Croz et Etienne Favre réussissent la première ascension de la Grande Casse à Pralognan-la-Vanoise.

1878, en Isère, Henry Duhamel s'essaie au ski sur les pentes de Chamrousse.

1890, création du Grand Hôtel de la Vanoise à Pralognan-la-Vanoise.

I.2 - LE XX SIECLE : avènement des sports d'hiver et création de plusieurs générations de stations

Un développement en cinq étapes :

| | LES VECTEURS DU DEVELOPPEMENT | | L'AMENAGEMENT TOURISTIQUE DE LA SAVOIE |
|------|-------------------------------|---|--|
| 1920 | Les Pionniers individuels | ⇒ | Stations de la 1 ^e génération |
| 1945 | Les pionniers institutionnels | ⇒ | Stations de 2 ^e génération |
| 1950 | Le "génie" de l'offre | ⇒ | Stations de la 3 ^e génération ou "stations fonctionnelles" (Pierre Préau) |
| 1980 | Le temps de la séduction | ⇒ | Jeux Olympiques d'Albertville |
| 2000 | Le marketing triomphant | ⇒ | La rénovation des stations, la diversification des activités, internationalisation grandissante de la clientèle. |

Typologie Claude Ponson

De 1920 à 1945 :

Des pionniers individuels créent les premières stations de ski : Le Revard, Notre-Dame-de-Bellecombe, Val d'Isère, Valloire, Pralognan-la-Vanoise, Méribel, La Toussuire... C'est l'époque des stations-villages.

En 1945 :

Un évènement majeur va modifier le destin économique de la Savoie, le Conseil général décide de créer, en site vierge avec des capitaux publics, la station de Courchevel. Il s'agit d'une démarche majeure, planifiée, qui servira de laboratoire pour la création des stations intégrées ou "fonctionnelles" de la 3^e génération.

Des années 50 aux années 80 :

La puissance publique (Etat et Département) soutenue techniquement par la Commission Interministérielle pour l'Aménagement de la Montagne, réalise le plan neige qui met en œuvre une démarche systématique de développement des domaines skiables, soutenu par le dynamisme du marché immobilier, la croissance des loisirs. L'implantation des stations se fait notamment sur les alpages communaux ce qui facilite l'acquisition du foncier. Les sites de Savoie, grands, moyens et petits vont développer une offre considérable.

L'une des dernières créations de domaine skiable en site vierge, (premier dossier U.T.N. de France) en 1980, concerne le Stade de neige de Margériaz, expression d'une volonté du Conseil général de favoriser le ski "pour tous" et de conforter l'économie d'un massif connaissant un exode rural fort : Les Bauges.

Les années 1980 :

Les stations de Savoie développées dans un temps très court ont une clientèle essentiellement française (85 %).

Le marché de l'immobilier de loisir s'effondre. Les infrastructures, notamment routières sont notoirement insuffisantes, principalement en Tarentaise. Dans ce contexte, le Conseil général lance en 1983 une candidature pour l'organisation des Jeux Olympiques d'hiver de 1992.

Le succès de cette entreprise doit satisfaire deux ambitions :

- séduire la clientèle internationale du ski,
- lancer des grands travaux d'infrastructures en Tarentaise.

Après la création de Courchevel, les Jeux Olympiques de 1992 marquent un deuxième temps fort dans le développement de l'économie touristique de la Savoie.

L'avènement des sports d'hiver est durablement affirmé. L'avenir s'ouvre maintenant sur l'ère de la diversification, de la qualification et du marketing (voir § III).

TOURISME HIVERNAL



II. L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE DE LA SAVOIE

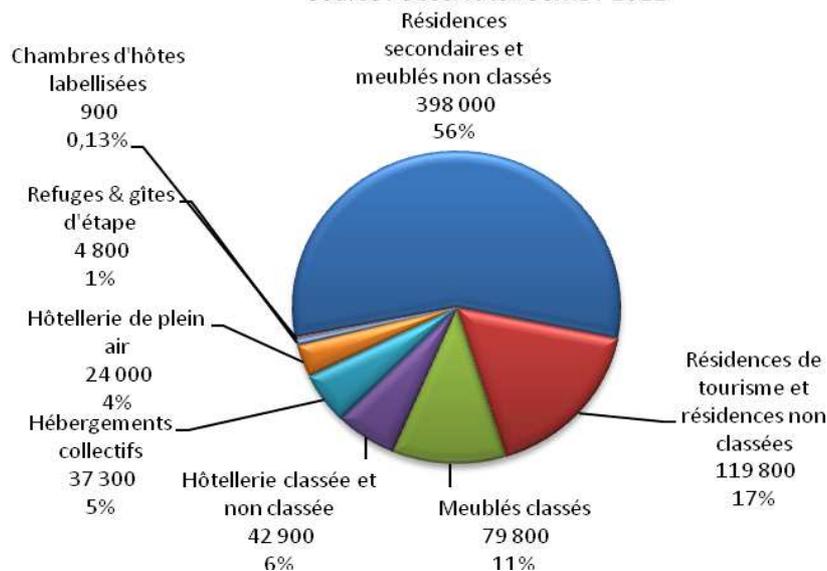
II.1 - Evolution de la fréquentation et retombées économiques

Une offre exceptionnelle :

- 707 500 lits touristiques dont 44 % marchands ;
- 63 stations ;
- Un moment de puissance de 336 299 km/skieurs/heure soit 36 % du total France ;
- 361 km² de surfaces de domaines skiables (6 % de la surface totale du territoire Savoie) dont 4 000 ha équipés en neige de culture ;
- Un patrimoine naturel exceptionnel ;
- Des espaces protégés (Parc National de la Vanoise, Parc naturel régional du massif des Bauges et Parc naturel régional de Chartreuse) ;
- Des lacs protégés et peu antropisés ;
- 4 stations thermales dont Aix-les-Bains, la 4^e de France.

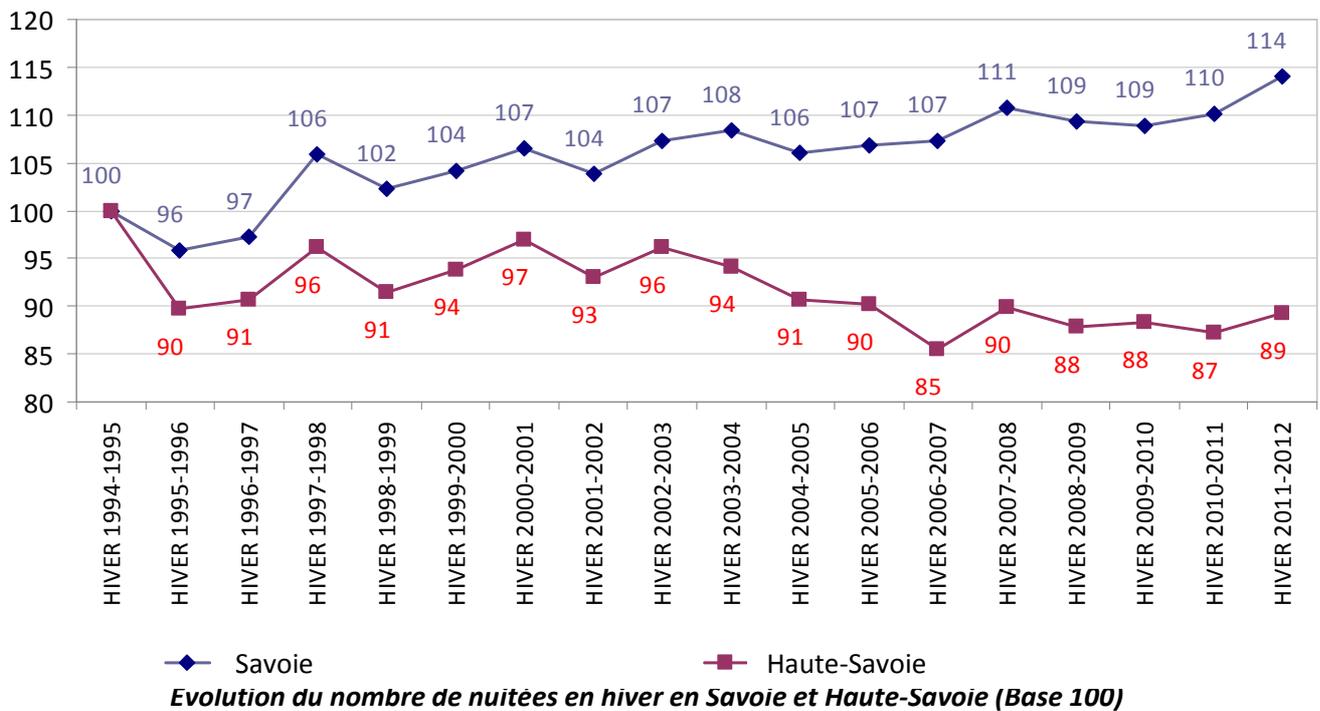
Capacité d'accueil Savoie

Source : Observatoire SMBT 2012

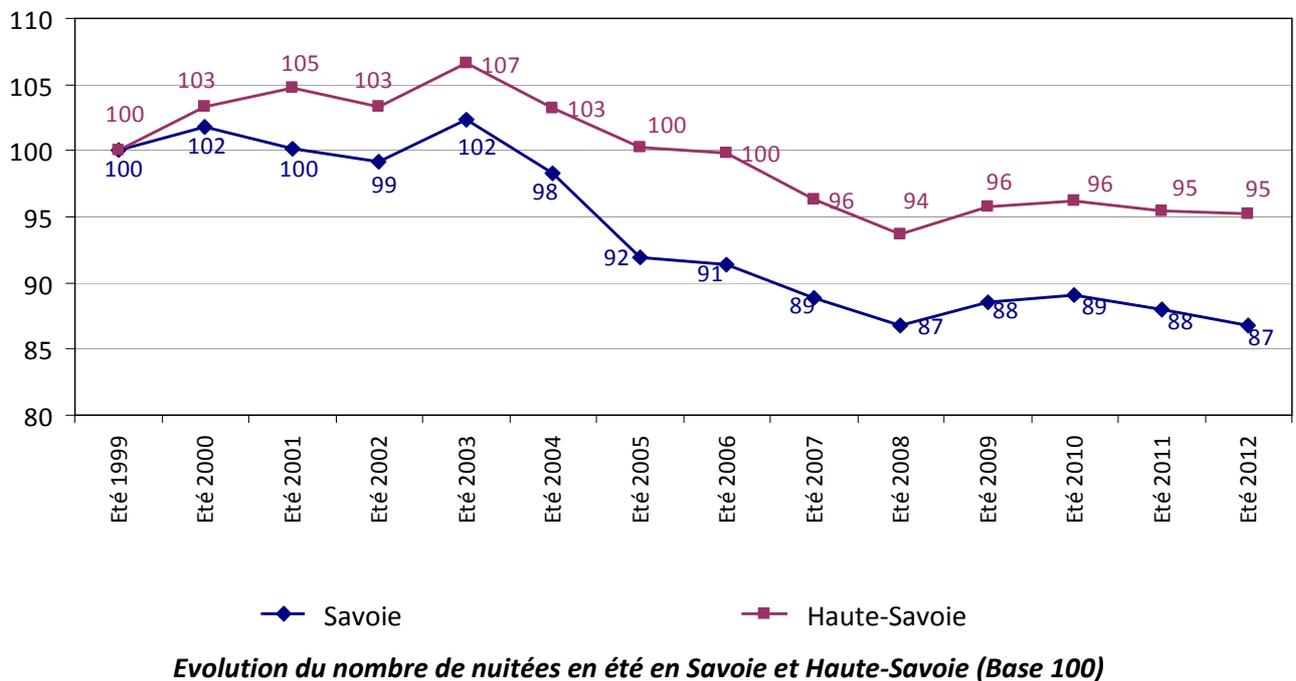


Une fréquentation contrastée :

- **L'hiver** : fer de lance du tourisme savoyard : une fréquentation de 22,3 millions de nuitées (dont 41 % étrangères) qui progresse de ± 1 % par an.
- **L'été** : au sein d'une concurrence vive, la Savoie accueille 9,2 millions de journées touristiques (dont 15 % de fréquentation étrangère), en léger recul depuis 15 ans.



La fréquentation globale hivernale de la Savoie en base 100 sur 18 ans a augmenté de 14%. Cette « performance » est d'autant plus remarquable que le marché européen du ski stagne et que des destinations concurrentes sur cette même période affichent un recul.



Sur 11 années, en base 100, le recul de la fréquentation estivale est d'environ 12%. Le parallélisme des courbes entre Savoie et Haute-Savoie est remarquable.

La place du tourisme dans l'économie savoyarde :

Les recettes des exploitants de domaine skiable sont de 542 millions d'euros annuelles. Ces recettes représentent 14 % du chiffre d'affaires global réalisé par les stations. On peut estimer les retombées économiques réalisées en station à 3,9 milliards d'euros pour la saison d'hiver 2011/2012. La dépense moyenne par jour et par personne est estimée à 128 euros en Savoie Mont Blanc.

Source : *Etude sur les retombées économiques des domaines skiables des stations de Rhône-Alpes, Atout France/SMBT/RAT/DSF, 2012.*

Pour l'été et l'intersaison, les retombées économiques se situent aux alentours de 400 millions d'euros. La dépense moyenne par jour et par personne en Savoie est estimée à 41 euros (clientèle française seulement.)

Source : *Etude sur les Dépenses, Rhône-Alpes Tourisme (Sofrès)*

Ainsi, en 2012, le tourisme aura généré plus de **4,3 milliards d'euros de retombées économiques directes et indirectes pour les territoires**, il s'agit là d'une fourchette basse.

Pour le **Département**, les recettes liées au tourisme sont également importantes. Cela représente 11,6 millions d'euros de recettes directes (dividendes, taxes de séjours et remontées mécaniques) pour l'année 2012 auxquelles il convient d'ajouter les recettes indirectes (droits de mutation à titre onéreux DMTO et taxe sur le foncier bâti des 64 communes supports de stations).

Sources : *Direction des Affaires Financières et Juridiques CG73*

Les emplois touristiques :

Les emplois touristiques directs en Savoie :

| | | |
|--------------------------------|----------------------|--------|
| Emplois salariés : 25 496 dont | hébergement | 10 900 |
| | remontées mécaniques | 4 917 |

Les professions indépendantes sont plus difficiles à estimer. Les seuls moniteurs de ski sont au nombre de 5 363 et les divers professionnels des activités de pleine nature sont 1 700.

Le tourisme génère aussi des emplois indirects en très grand nombre, impossible à quantifier avec précision. Il s'agit entre autre de tous les professionnels de la maintenance, de sous-traitance, de services divers (comptables, professions juridiques...).

Il faut aussi ajouter tous les professionnels du tertiaire qui travaillent dans les stations ou en périphérie (commerçants, enseignants, professionnels de la santé, etc.).

L'ajout de tous ces éléments permet de penser qu'environ 60 000 personnes, sur 184 000 actifs savoyards, dépendent totalement ou majoritairement, directement ou indirectement du secteur touristique sans compter les emplois du Bâtiments et Travaux Publics.

Les emplois en stations représentent **55 % des emplois salariés du département**, à titre de comparaison l'industrie en Savoie représente 11 % des emplois salariés privés.

Entre 1997 et 2008, en Tarentaise et Maurienne, 12 671 emplois ont été créés dont 84 % en stations.

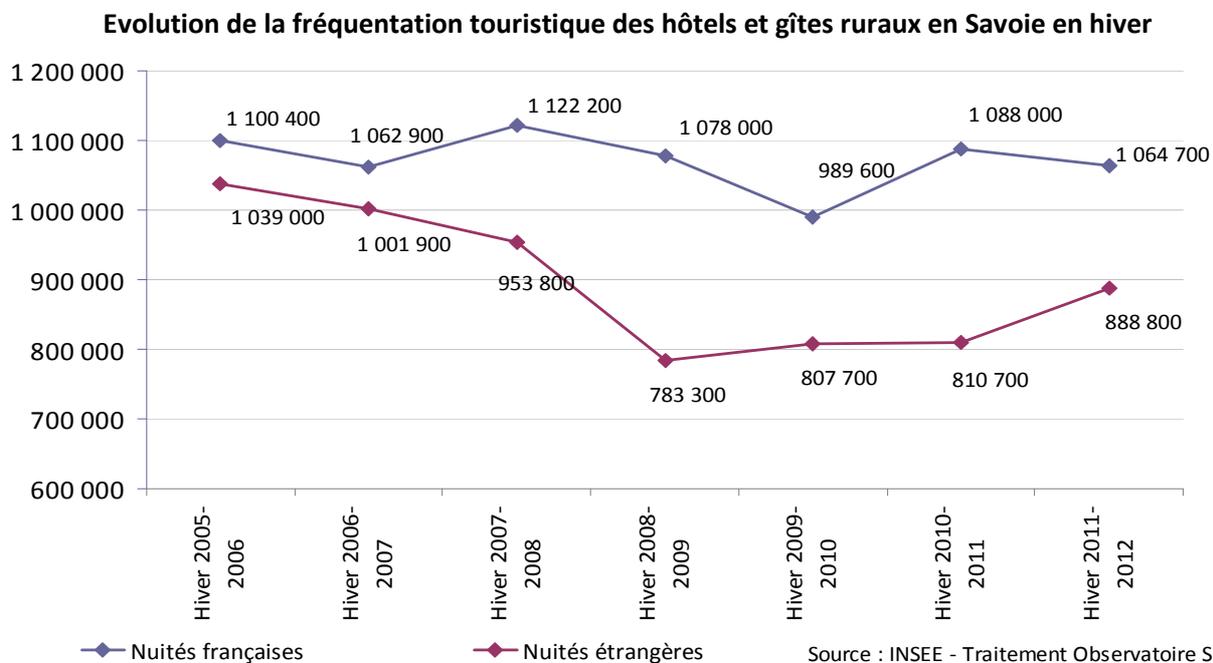
Source : *Etude MDP, Impact économique du tourisme en Savoie, 2010*

II.2 - L'évolution des clientèles

En Hiver :

Le taux de départ des français à la neige a évolué négativement durant ces 20 dernières années, passant d'environ 10 % en 1990 à environ 7 % en 2010.

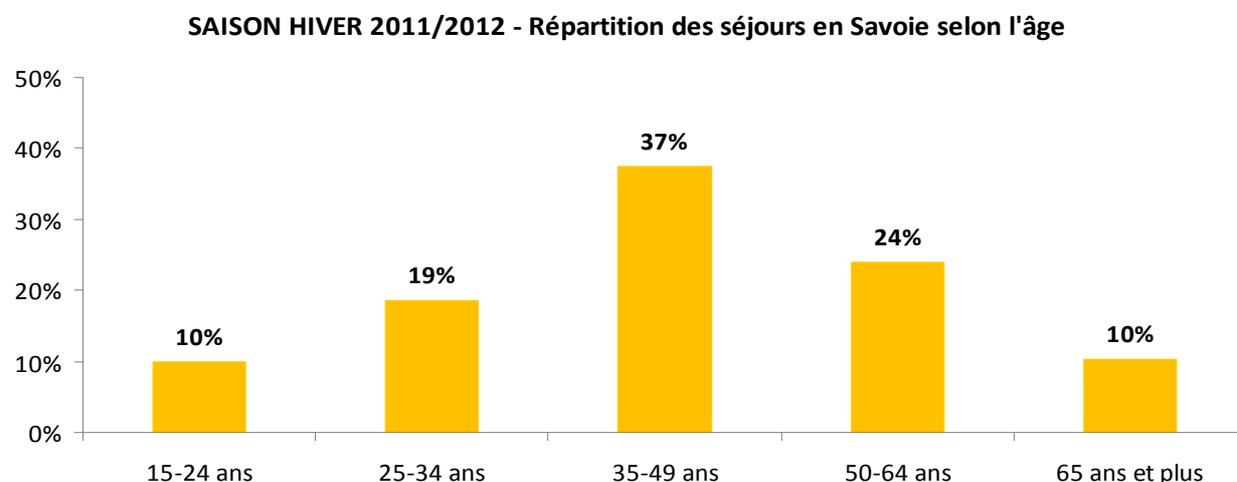
L'évolution de la part des étrangers :



L'évolution de la clientèle étrangère est mal connue : elle est partiellement analysable par le biais des seules enquêtes auprès des hôtels (Insee) et auprès des gîtes ruraux (Gîtes de France) qui donnent cependant des tendances d'évolution intéressantes :

Ce graphique permet en effet d'observer le relatif maintien de la clientèle française en hiver en Savoie (seulement 3% de nuitées perdues en six ans) alors que la clientèle étrangère est nettement plus orientée à la baisse (baisse de 25% des nuitées entre 2006 et 2009). Malgré la reprise de la fréquentation étrangère depuis l'hiver 2012, le niveau d'avant crise n'est pas retrouvé. L'évolution de la clientèle étrangère est très impactée par l'évolution de la clientèle britannique qui est la 1^{ère} clientèle étrangère en Savoie en Hiver.

Evolution de l'âge des clientèles :

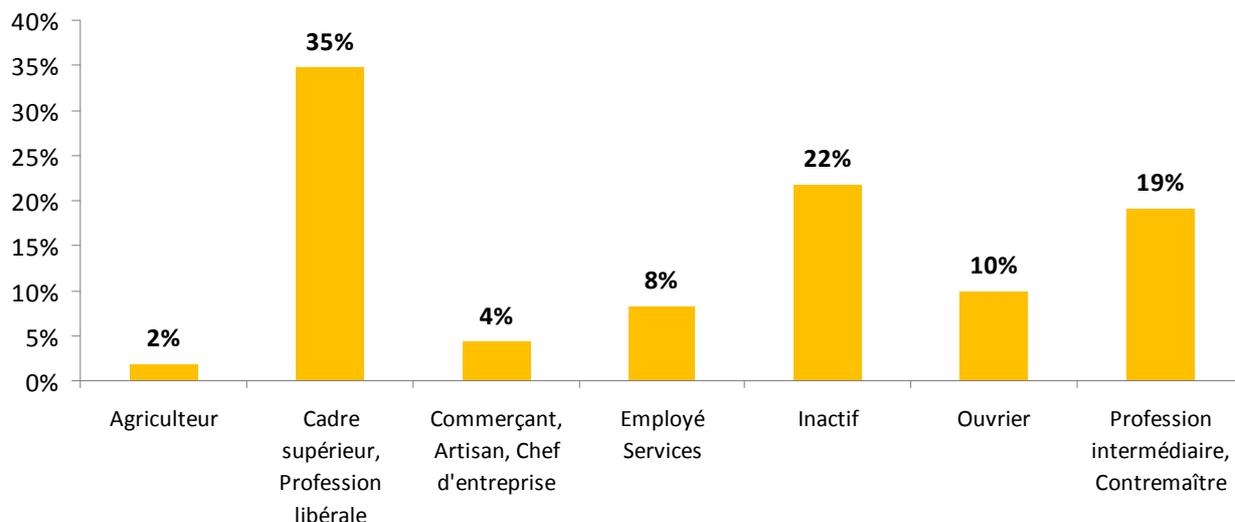


Les clientèles jeunes diminuent au profit des seniors :

- la tranche 15-34 ans ne représente plus que 29% des séjournants en 2012 (contre 39% en 2007)
- les plus de 50 ans = 34% des séjournants en 2012 (contre 25% en 2007)

Evolution des catégories socio-professionnelles (CSP) des clientèles :

SAISON HIVER 2011/2012 - Répartition des séjours en Savoie selon les catégories socio-professionnelles

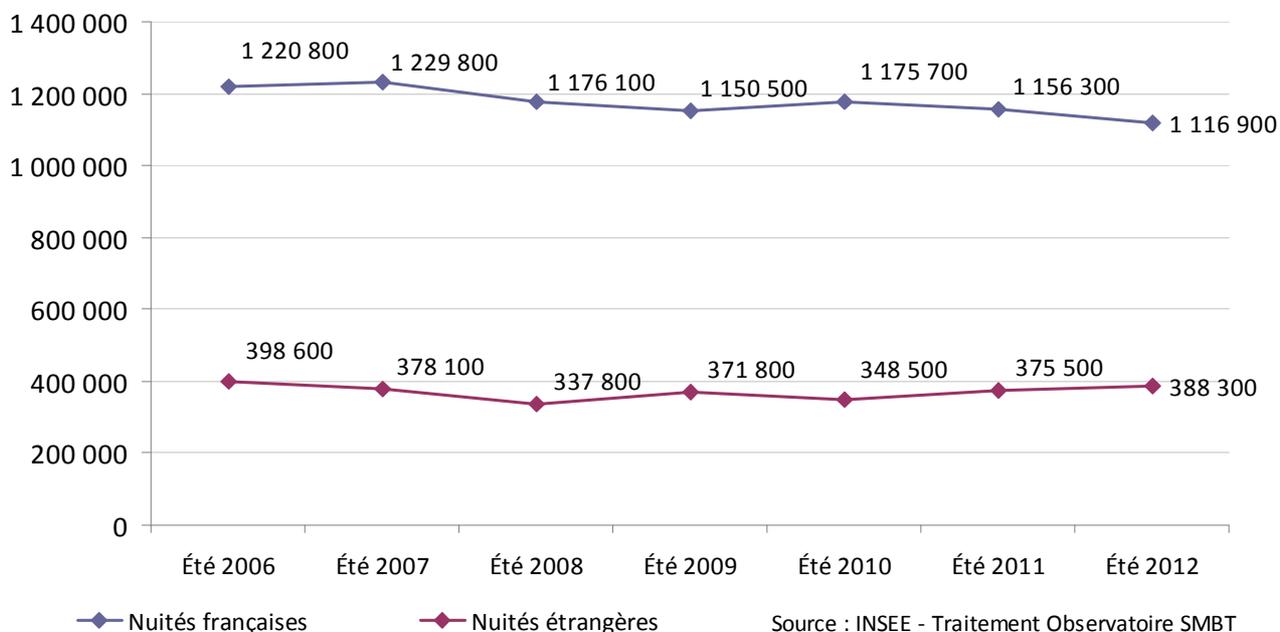


La Catégorie Socioprofessionnelle « supérieure » (cadres sup et professions libérales) est la seule à avoir nettement progressé : elle représente en 2012, 35% des séjournants contre seulement 22% en 2007. La CSP «Ouvriers » a, elle, considérablement chuté passant de 28% des séjournants en 2007 à 10 % l'hiver dernier.

En Été :

L'évolution de la part des étrangers :

Evolution de la fréquentation touristique des hôtels et gîtes ruraux en Savoie en été

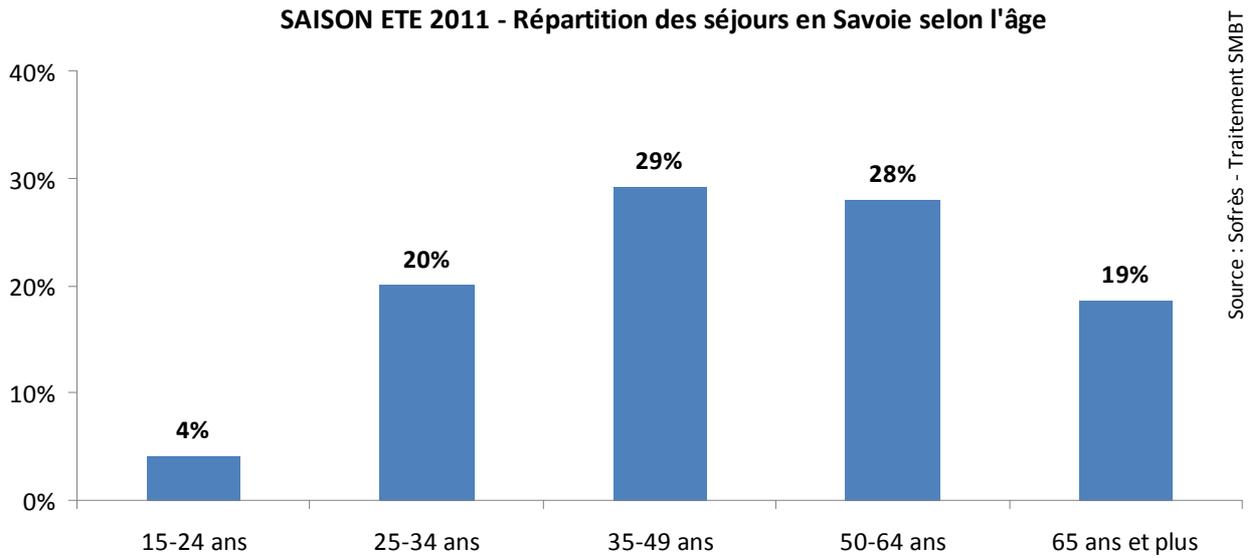


En été, même observation que pour l'hiver, seules les enquêtes Insee (avec les campings en plus des hôtels) et Gîtes de France (Gîtes ruraux) nous permettent de donner une tendance.

Ainsi, il est intéressant de voir qu'à l'inverse de l'hiver, la clientèle française est davantage en baisse comparativement à la clientèle étrangère :

- 3% pour les étrangers entre 2007 et 2012,
- 10% pour les français.

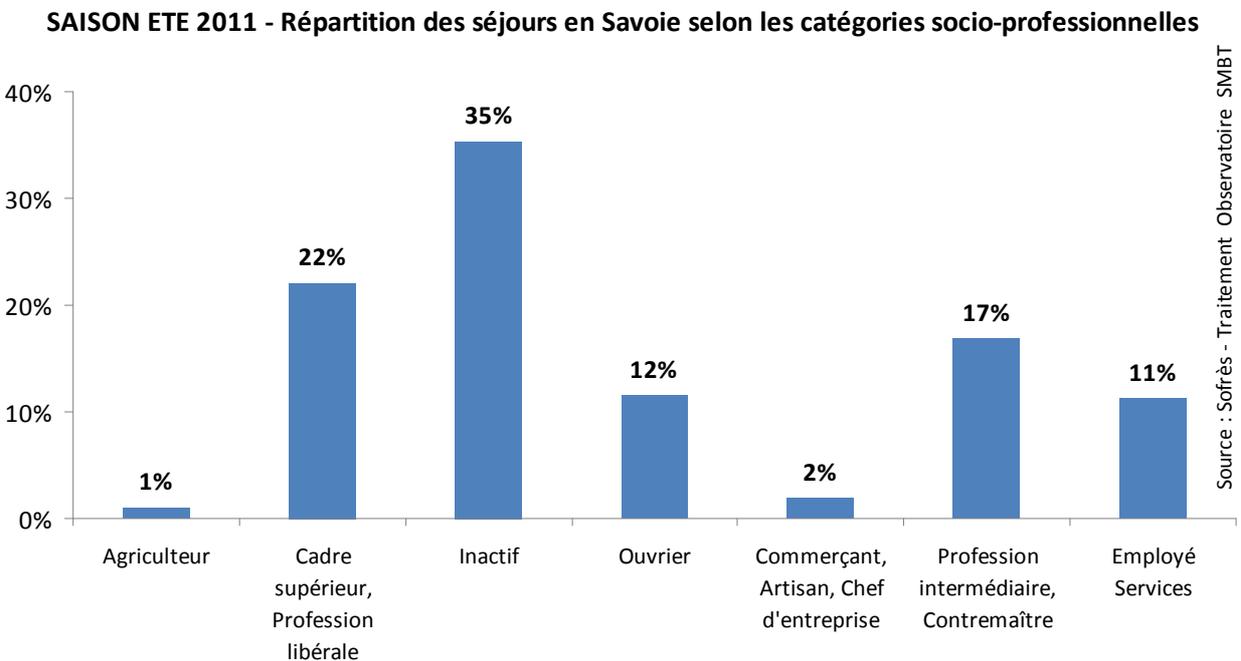
Evolution de l'âge des clientèles :



En été :

- la clientèle « jeunes » est en nette baisse là aussi mais c'est la tranche 15-24 ans qui est la seule concernée : elle ne représente plus que 4% des séjournants contre 10% en 2008,
- comme en hiver, les seniors progressent : ils représentent désormais quasiment la moitié des séjournants (47%) vs 37% en 2008.

Evolution des catégories socio-professionnelles des clientèles :



Les inactifs (retraités) représentent la 1^{ère} clientèle française en Savoie en été : leur part a beaucoup progressé puisqu'elle n'était que de 27% en 2007.

C'est la CSP « Ouvriers » qui là encore voit sa part chuter à 12% contre 22% en 2007.

La CSP « supérieure » (22% des séjournants) est en stabilité.

II.3 - La clientèle et ses attentes

La montagne peine à transformer son attractivité en fréquentation. En effet, il y a aujourd'hui un écart important et en particulier pour la saison estivale, entre la clientèle potentielle, attirée par la montagne, et la clientèle réelle. Ainsi la montagne estivale est la 3^{ème} destination en termes d'attirance derrière la mer et les séjours à l'étranger mais n'est que la 5^{ème} en termes de concrétisation. Il est donc important de s'intéresser aux gisements de clientèles à conquérir, en particulier les personnes attirées mais qui ne concrétisent pas pour des raisons subjectives ou objectives.

L'ensemble des zones de montagne française reçoit 70 millions de nuitées en hiver contre 100 millions en été.

Source : *Carnets de route de la Montagne, 2011*

En Savoie, la proportion est inverse. La marge de progression de la Savoie pour l'été est donc encore (très) importante. La segmentation d'une clientèle aussi large que celle fréquentant la Savoie est multiple et les évolutions intéressantes.

En hiver :

La glisse est presque toujours le facteur déclenchant du séjour pour un groupe ou une famille néanmoins, **les pratiques hors ski progressent**. Une tendance à la diversification des activités s'affirme au fil du temps.

| Activités neige hors glisse | | | |
|--|--------|-----------------|-------|
| | Jamais | Au moins 1 fois | TOTAL |
| Balades en raquettes | 75 % | 25 % | 100 % |
| Balades à pied | 33 % | 67 % | 100 % |
| Consommation activités hors ski | | | |
| Activités bien être (sauna, piscine, jacuzzi, massages...) | 71 % | 29 % | 100 % |
| Activités culturelles/découvertes organisées (concert, ciné-ma, spectacle, visite, activités créatives...) | 65 % | 35 % | 100 % |
| Autres activités après ski extérieures (animation, motoneige, jeux organisés, chiens de traîneaux...) | 78 % | 22 % | 100 % |

Sources : *Extrait de l'étude LHM G2A, 2012*

L'excellence de nos domaines skiables fait oublier parfois qu'une très grande partie de la clientèle, y compris celle des skieurs, a un besoin majeur de promenades faciles et sécurisées à proximité des stations. De ce point de vue la Savoie est en retard par rapport à la Suisse et à l'Autriche.

En été :

En été plus encore qu'en hiver, les aspirations des clients reposent sur trois besoins fondamentaux :

- **l'autonomie** : besoin de s'exprimer, rejet des autorités, besoin de convièence...
- **la vitalité** : importance des sens, de l'intuition, recherche de sensations, d'émotions...
- **le besoin de sens** : soucis écologique, éthique, harmonie et qualité de vie, besoins de s'impliquer, besoin d'enchantement, envie de contacts humains vrais.

Source : *Carnets de route de la montagne, 2011*

III. LES ANNEES 1990–2012 : MARKETING DE LA DEMANDE, DIVERSIFICATION ET QUALIFICATION DE L'OFFRE

A partir de 1994, le Conseil général de la Savoie fait trois constats qui vont réorienter sa politique :

- **L'offre de sports d'hiver entre dans l'ère de la concurrence mondiale**, surtout européenne et la destination est également concurrencée par les destinations « soleil d'hiver ».
- **Le temps de la création de station**, fondée sur le dynamisme de l'immobilier, **est achevé**. L'immobilier de montagne continue de répondre à un marché mais son développement est source d'inquiétudes pour les responsables de la gouvernance des stations. La qualité de l'urbanisation de loisir, l'environnement, le charme des séjours vendus supportent mal la croissance continue des stations.
- **Le tourisme estival, complément indispensable à l'économie est en perte de vitesse**, victime d'une concurrence exacerbée.

C'est à partir de ces constats que le Département réoriente sa politique touristique.

III.1 - Consolider le tourisme hivernal

La fréquentation hivernale continue à croître légèrement d'année en année depuis plus de dix ans. Toutefois, cette activité reste fragile, soumise à des aléas économique ou climatiques (1) le Conseil général a maintenu sa vigilance et ses aides via :

- les contrats stations moyennes,
- l'aide ponctuelle aux domaines skiables fragiles,
- la gestion directe ou indirecte de domaines skiables,
- l'aide à la rénovation de l'immobilier touristique,
- l'aide à la création de logement pour les saisonniers,
- le plan ski jeunes.

Trois inquiétudes restent bien présentes :

- le fait que le développement de l'immobilier neuf ait progressé bien plus vite que la fréquentation touristique durant ces dix dernières années,
- le fait que les jeunes "urbains" rhônalpins accèdent peu à la montagne,
- le fait que la rénovation de l'immobilier soit majoritairement en panne.

(1) Depuis 2006-2007 l'enneigement est remarquablement bon contrairement à ce qui a été observé dans les années 90 mais, statistiquement, des hivers à faible enneigement doivent être anticipés.

III.2 - Diversifier l'offre globale

En 1994 : création de l'Agence Touristique Départementale qui a deux missions : le développement du tourisme et de sa promotion.

En 1996 : le Conseil général adopte son premier Schéma départemental du tourisme réalisé par l'Agence Touristique Départementale. Ce dernier fait le constat d'une baisse probable dans un avenir proche du tourisme estival et lance donc une politique de filières principalement axée sur le "hors neige" : randonnée, pleine nature, patrimoine, thermalisme, etc.

Cette politique sera entre autres, soutenue par le redéploiement du F.A.C.E.T. (Fonds d'Aides aux Collectivités pour les Equipements Touristiques).

En 2001 : le Conseil général adopte un deuxième Schéma départemental qui conforte les orientations du Schéma de 1996 et ouvre des champs nouveaux sur les T.I.C., le tourisme adapté, les jeunes, la mesure des retombées du tourisme, etc.

En 2006 : suite à une session privée du Conseil général du 5 décembre 2005 consacrée à la montagne, un Plan tourisme est lancé. Un programme de 60 millions d'euros, porté à 65 en 2010, permet de relancer les actions prévues dans le Schéma de 2001. 28 millions d'euros (dont 6 pour les stations moyennes entièrement dédiés à la diversification), sont consacrés au volet station pour les domaines skiables des petites et moyennes stations ; 37 millions d'euros pour un volet diversification vont s'appliquer sur l'ensemble du territoire.

III.3 - La stratégie de la marque de Savoie Mont Blanc Tourisme

Avec la création de Savoie Mont Blanc Tourisme (SMBT) en 2006, les deux Conseils généraux de Savoie et de Haute-Savoie, réunis au sein de l'Assemblée des Pays de Savoie, ont souhaité disposer d'une structure bi-départementale faisant la promotion, au sens large, de Savoie Mont Blanc. Une seule destination serait ainsi communiquée avec un nom à la fois séduisant et puissant permettant de lancer une stratégie de marque.

D'emblée, l'objectif a été d'acquérir rapidement une notoriété nationale et de construire une image attirante sur la base de grandes thématiques telles que les sports d'hiver bien sûr, mais aussi les grands lacs alpins ou encore la montagne l'été avec la randonnée. Il s'agissait avant 2010, d'être repéré comme l'une des trois destinations majeures du tourisme en France, et comme la première destination montagne en Europe.

Plusieurs sondages effectués avec Ipsos ou Sofres ont démontré l'efficacité de cette stratégie de marque pour installer la destination dans le paysage touristique. Avec 67,8 millions de nuitées, Savoie Mont Blanc confirme ainsi sa position dans le peloton de tête des destinations françaises.

Pour les partenaires naturels de SMBT que sont les offices de tourisme de Savoie et de Haute-Savoie, la marque constitue bien une valeur ajoutée dont bénéficient par exemple, leurs actions promotionnelles. Cela se vérifie pour les sites peu connus comme pour ceux à très forte notoriété. Dans un contexte où la montagne, particulièrement l'été, est très concurrencée, une telle démarche prend tout son sens.

Une nouvelle phase de la vie de Savoie Mont Blanc s'est ouverte en 2011, que l'on qualifiera de plus "marketing" que la précédente concentrée sur le lancement de la "marque destination" ; si générer de l'activité sur le territoire reste bien le cœur de métier de Savoie Mont Blanc Tourisme, la bataille de la concurrence se joue maintenant sur la qualité de l'offre.

Depuis 2006, les actions prioritaires ont été en particulier :

- D'adopter une stratégie de marque (campagnes de publicité nationale TV/radio, partenariats événementiels),
- De renforcer les relations presse au plan national et régional,
- De développer un portail internet de référence pour la destination Savoie Mont Blanc en France et dans les langues des marchés étrangers visés,
- De structurer, mettre en réseau et diffuser l'information touristique (SITRA),
- D'installer des échanges réguliers avec les acteurs du territoire,
- D'instaurer une veille marketing (observatoire, études),
- D'organiser la distribution de l'offre.

**PARTIE 2 : BILAN DE LA POLITIQUE DU
DEPARTEMENT AU REGARD DES TROIS
FONDAMENTAUX D'UNE DESTINATION
TOURISTIQUE**

Afin de travailler aux évolutions nécessaires de la politique départementale en matière de tourisme et montagne, un bilan de l'action conduite a été réalisé. Il s'agit davantage d'un bilan que d'une évaluation, étant donné que, par définition, celle-ci nécessite d'être pensée au préalable de toute mise en œuvre, en déterminant des indicateurs pour chaque objectif retenu. Or cela n'a pas été le cas lors de l'écriture des schémas précédents.

Aujourd'hui une destination touristique se définit par les 3 fondamentaux détaillés ci-après. L'analyse du bilan de la politique conduite par le Département est structurée autour de ces 3 items afin de déterminer dans quelle mesure l'action du Conseil Général a permis de structurer l'offre, d'organiser les acteurs du tourisme et de conforter l'identité de la destination. L'ambition du Département pour les années à venir sera également articulée autour des 3 axes.

Le bilan est ainsi organisé selon les trois fondamentaux d'une destination touristique :

- **Une offre structurée** : une destination touristique doit pouvoir proposer à sa clientèle une offre d'hébergements, d'activités à pratiquer qu'elles soient de pleine nature, culturelle, de bien-être ainsi que des services permettant au visiteur de s'informer, de venir et de se déplacer sur le territoire,
- **Une organisation des acteurs touristiques** : privés ou publics, les acteurs du tourisme doivent être organisés individuellement et collectivement pour proposer et communiquer l'offre globale du territoire. La taille souvent petite et individuelle des prestataires touristiques impose cette organisation commune afin d'exister dans un marché global et fortement concurrentiel. Les offices de tourisme et comités départementaux du tourisme jouent un rôle important dans la fédération des acteurs autour d'un projet commun et dans la mise en marché de l'offre.
- **Une identité forte** : l'attractivité d'un territoire repose également sur ses singularités historiques, géographiques, sociologiques et culturelles qui l'individualisent par rapport aux territoires concurrents. C'est cet "ADN" qui le distingue du tourisme hors-sol, qui favorise une expérience unique de la part du visiteur.

Le bilan porte sur la période 2000-2012, c'est-à-dire la phase de mise en œuvre des deux précédents schémas touristiques.

Méthode :

Pour chaque thématique repérée, une grille d'analyse a permis de mettre en perspective trois types de données :

- l'état des lieux de l'offre en Savoie,
- le bilan quantitatif et qualitatif des réalisations accompagnées par le Département,
- l'effort financier du Département.

Sont présentés ici uniquement les éléments significatifs, le détail pour chaque thématique figure en annexe V, sous forme de fiches-bilan.

Ce travail a été mené en partenariat avec les directions du Département concernées ainsi que les divers partenaires du Conseil général impliqués dans le développement touristique.

I. UNE OFFRE D'ACTIVITES EN VOIE DE CONSOLIDATION

I.1 - Hébergements touristiques marchands

La politique départementale en matière d'hébergements touristiques visait essentiellement le maintien et la qualification des lits marchands pour lutter contre une concurrence toujours plus vive et enrayer le processus de mutation en lits « froids ». Essentiels pour les séjours et générateurs de retombées économiques et d'emplois, ils ont fait l'objet d'une attention particulière et adaptée à leurs caractéristiques.

Les refuges :

Lancé dans le but de résorber les retards accumulés par rapport aux pays voisins, l'appel à projets pour la modernisation des refuges a permis de mettre à niveau les principaux refuges emblématiques de Savoie et d'achever l'équipement des grands tours de randonnée. Des besoins moins conséquents demeurent néanmoins pour certains refuges vieillissants.

Un deuxième objectif visait la mise en réseau et l'informatisation des refuges pour la réservation des nuitées via le Web. Sur ce point, des difficultés ont été rencontrées et un travail se poursuit avec l'ensemble des acteurs concernés à l'échelle des Alpes.

Les centres de vacances :

La volonté de maintenir un tourisme associatif et social pour l'accueil des jeunes et des enfants, clientèle de demain, est confrontée à deux problématiques majeures :

- la faiblesse de la capacité d'investissement de certains opérateurs aggravée par les contraintes réglementaires,
- le manque de projet d'établissement clairement positionné.

Malgré l'intervention départementale en faveur de la modernisation des centres de vacances qui a contribué à la mise à niveau de plus de 11 000 lits, la capacité d'accueil des centres a connu une érosion de près de 20% en 10 ans, inférieure toutefois à la moyenne nationale.

L'hôtellerie :

Considérant les contraintes (normes de toutes natures, règles de classement, formation, fiscalité, succession...) sur ce secteur à forts enjeux, le Département a soutenu plus 120 établissements et a ainsi lutté contre l'érosion de la capacité d'accueil.

La montée en gamme de l'offre a été favorisée afin de répondre aux attentes des clientèles. L'effet a été productif puisque le parc des hôtels classés 3* a sensiblement augmenté. Les établissements 3* ou 4* connaissent aujourd'hui les meilleurs taux de remplissage. La politique départementale était donc en phase avec les besoins et la demande mais les hôteliers restent en difficulté compte tenu des contraintes multiples qui pèsent sur ce secteur d'activité.

Les meublés de tourisme et chambres d'hôtes labellisés :

La modernisation de ce parc restait un enjeu clairement affiché en s'appuyant sur les 3 labels nationaux retenus par le Conseil général : Gîtes de France, Clévacances et Accueil paysan et sur un niveau d'exigence de 3 étoiles minimum (classement préfectoral).

La montée en gamme de ces hébergements a été significative avec désormais un ensemble de meublés 3 et 4 étoiles majoritaires. Près de 1 300 lits ont été traités, mais leur répartition géographique reste inégale.

Hôtellerie de plein air :

Importants pour le tourisme d'été et devant élargir leur offre pour dynamiser l'accueil hors saison, les campings ont fait l'objet d'une politique spécifique très qualitative.

Cette politique a permis de soutenir 38 établissements, soit plus de 7 800 lits, avec une volonté de modernisation, de montée en gamme et de diversification des prestations.

La filière est aujourd'hui structurée mais malgré les efforts de qualification, l'offre savoyarde reste en retrait sur le nombre de camping de 3* et plus par rapport à l'offre nationale.

Les hébergements labellisés Tourisme et handicap :

Malgré les efforts fournis pour développer l'offre en hébergements adaptés en Savoie, ces derniers restent insuffisants et ne sont pas assez coordonnés à l'offre d'activités. Le travail de sensibilisation mené par l'Agence touristique reste un travail de longue haleine avec des résultats à attendre sur le long terme.

Les hébergements innovants :

Des expérimentations en matière d'hébergements innovants et porteurs d'identité territoriale ont réussi mais restent trop peu nombreuses, avec 4 projets aidés (gîtes grenier en Chartreuse, base lacustre de Chanaz, pôle pêche au Viviers du lac). Ici encore, la phase de conception demande du temps et de la persévérance. La détermination des acteurs s'est révélée essentielle pour la réussite des projets.

1.2 - Aménagements et équipements touristiques de diversification

La politique touristique du Département depuis le début des années 2000 s'est attachée principalement à la diversification de l'offre. L'objectif était de renforcer la fréquentation, notamment en période estivale et hors saison.

La priorité a été donnée à l'amélioration des équipements d'accueil et de services, ainsi qu'à la valorisation de sites prestigieux ou à fort potentiel.

Aménagement d'espaces de loisirs, de sites touristiques et de bâtiments d'accueil :

Ce sont plus de 440 opérations de diversification de l'offre touristique qui ont été soutenues par le Département entre 2000 et 2012. Les aides se sont portées sur des projets très divers : aménagement de belvédères, de cols, de bases de loisirs dont celle des Mottets et celle d'aviron à Aiguebelette, création ou modernisation de piscines, d'espaces « bien-être », entretien de la piste de bobsleigh de la Plagne, aménagements de bâtiments d'accueil type Maison de Parc, Offices de tourisme, halte-garderie en station, musées et centres d'interprétation du patrimoine, etc...

L'effort conduit permet à la Savoie de bénéficier d'un fort maillage territorial en matière d'équipements structurants.

Le maintien de cette offre de qualité représente un travail continu et nécessite une animation des sites touristiques, et spécifiquement sur les espaces muséographiques avec un renouvellement régulier des scénographies.

Aménagements dans le cadre du projet Grand Lac :

Un des projets phares du Département des dix dernières années a été l'aménagement des bords du lac du Bourget. 69 opérations ont été soutenues afin de favoriser le tourisme estival et les activités de pleine nature à proximité immédiate du lac ; mais également d'améliorer le cadre de vie des habitants.

Aménagement de Grands Sites départementaux :

Repérés pour leur caractère exceptionnel et emblématique, 25 Grands Sites sur les 27 identifiés ont bénéficié d'une politique de préservation. L'objectif a été de réduire les effets de la sur-fréquentation de ces sites naturels, tout en valorisant le paysage et le patrimoine.

1.3 - Thermalisme

Sur la période analysée, 8 contrats thermaux ont lié le Département et les 4 stations thermales de Savoie : Aix-les-Bains, La Léchère, Brides-les-Bains et Challes-les-Eaux.

Ces dispositifs ont permis à la fois de mettre aux normes et de sécuriser les installations thermales, de repositionner les établissements vers des offres « bien-être » pour diversifier leur clientèle et enfin, d'améliorer l'environnement des curistes en progressant sur la qualité des espaces publics communaux.

Aujourd'hui, l'offre est globalement à niveau mais certains professionnels du thermal ne sont pas encore assez tournés vers l'activité touristique.

I.4 - Activités de pleine nature et diversification de plein air

Toujours dans l'objectif de diversification des activités touristiques, le Département a développé une politique en faveur des filières de pleine nature, à destination à la fois des clientèles touristiques et des habitants, en particulier des jeunes savoyards.

7 filières sont concernées.

Randonnée :

La randonnée en Savoie générant des retombées économiques importantes (236 millions d'Euros dépensés localement chaque année), le Département s'est fixé comme objectif d'améliorer et d'étendre le réseau de sentiers pédestres, ainsi que d'opérer à une priorisation de ces sentiers.

Ainsi, ce sont près de 3 200 km de sentiers qui ont été subventionnés afin d'accroître la qualité du balisage et l'état des chemins. En outre, pour améliorer l'offre d'itinérance, 15 grands tours ont été aménagés.

Afin de créer une offre originale et accessible au plus grand nombre, le Département a mis en place un produit emblématique avec le concept de « Promenades Savoyardes de Découverte » (PSD). La création de 14 PSD sera ainsi soutenue.

Autre produit imaginé par le Département et favorisant la pratique de la randonnée pour tout public : les Promenades confort. 36 projets seront ainsi accompagnés sur l'ensemble du territoire.

L'offre de randonnée en Savoie s'est largement améliorée. Il reste encore beaucoup à « faire » pour améliorer le balisage notamment sur les itinéraires mixtes randonnées raquettes et/ou VTT. L'information sur cette offre, quant à elle, reste insuffisante, notamment sur le Web.

Cyclotourisme :

La politique départementale s'est attachée à poursuivre l'aménagement de ses propres infrastructures cyclables (véloroutes, bandes cyclables...) et à accompagner les collectivités locales dans le développement des leurs. 3 projets phares référencés au niveau national ont fait l'objet d'une attention particulière : la Via Rhôna, le Grand Lac et la vélo-route des Préalpes.

Depuis 1993, 150 km de route départementale ont ainsi été équipés de bandes cyclables, 77 km de véloroutes et voies vertes ont été aménagés, 24 cols et montées mythiques ont été bornés et équipés en système de chronométrage et une centaine d'hébergements a été labellisée « cyclo ».

Une soixantaine de circuits cyclotouristiques sont en cours de renouvellement de balisage.

La Savoie dispose ainsi d'une offre de qualité pour une pratique sportive ou de découverte du vélo. Les circuits peu difficiles se concentrent aux abords des agglomérations, permettant à la population locale de les utiliser pour ses déplacements pendulaires.

Le déploiement de l'offre VTT a également été soutenu, notamment en station.

Le développement de services rattachés à la pratique du vélo notamment sur les grands axes cyclables (Via-Rhône) n'a toutefois pas connu l'essor attendu (carence en maîtrise d'ouvrage sur l'itinéraire Via-Rhône dans d'autres départements également).

Pêche :

La Savoie présentant de nombreux sites de pêche de bonne qualité, un effort important a été fourni par le Département pour structurer la filière et ses acteurs et développer des produits pêche de grande qualité.

Ainsi, 170 opérations ont été accompagnées, dont 15 Parcours de Pêche Savoyards et des hébergements spécifiques ont été labellisés sur cette thématique. Des pôles pêche à vocation structurante ont été soutenus : Viviers du lac, Les Echelles, Barouchat, le Châtelard. Des espèces de poissons recherchés par les touristes pêcheurs ont été réintroduites avec succès avec une reproduction observée et une gestion de pêche adaptée.

Activités nordiques :

Afin de diversifier l'offre hivernale, le Département de la Savoie a aidé 51 opérations visant à développer l'attractivité des sites nordiques et améliorer l'offre, notamment par la réhabilitation des structures d'accueil et le développement d'aires nordiques dédiées. Sur les 40 sites nordiques présents en Savoie, 13 adhèrent à l'Association Savoie Nordique, gage d'un accueil de qualité et d'une offre structurée pour les pratiquants. Des monographies de ces sites ont été réalisées sur 2008-2010 par Savoie Nordique, elles

sont régulièrement actualisées. Ces informations sont essentielles pour accompagner et orienter les maîtres d'ouvrage dans leur projet de développement.

Un « plan jeune ski nordique » a également été mis en place à destination des collégiens savoyards pour leur faire découvrir le nordique et les sensibiliser au milieu montagnard.

Activités sur corde :

Le soutien à 15 opérations d'aménagement de via-ferrata a permis de doter le département d'une offre variée et particulièrement attractive. Le Conseil général a également accompagné 7 projets d'équipement de site d'escalade et 3 d'aménagements de canyon. Toutefois, ces sites nécessitent un entretien régulier, dont la mise en œuvre fait quelque fois défaut. Sur les 80 sites d'escalade actuellement référencés, seuls une dizaine sont entretenus régulièrement. Les autres posent de réels problèmes de responsabilité et de sécurité pour la commune et l'utilisateur.

Activités aquatiques / nautiques :

La politique naissante sur cette thématique a notamment permis de réaliser quelques opérations d'aménagement de rivières pour la pratique du canoë-kayak.

Activités aériennes :

Sur la trentaine de sites de parapente en Savoie, 9 ont fait l'objet d'aménagements, notamment en Combe de Savoie, territoire qui se positionne fortement sur cette activité.

I.5 - Tourisme adapté

Le Département de la Savoie a choisi de s'engager en tant que véritable destination de tourisme adapté. L'accessibilité de l'offre a ainsi fait l'objet d'une attention particulière.

Au-delà des seuls aspects règlementaires, l'objectif était de positionner l'accessibilité en tant que confort d'usage bénéficiant à tous les publics.

La politique départementale s'est concrétisée par l'accompagnement de deux programmes d'actions visant une approche territoriale de la thématique, à travers deux contrats de territoire adapté (le Beaufortain et le Haut-Rhône), ainsi que par le soutien à une offre diffuse. Sur ce point, 55 projets ont été aidés, à la fois sur des travaux d'accessibilité et sur des achats de matériel adapté pour la pratique du ski ou de la randonnée.

Il peut être souligné que les écoles de ski se sont fortement mobilisées sur cette thématique.

En parallèle, l'ATD a soutenu la diffusion du label « Tourisme & Handicap » auprès des collectivités et des particuliers dans le but d'obtenir une offre de qualité et reconnue sur l'ensemble du département.

Malgré tout, l'offre adaptée reste encore insuffisante, tout comme la prise en compte par les maîtres d'ouvrage de la notion de confort d'usage tout public.

I.6 - Domaines skiables

L'activité des domaines skiables est reconnue comme un moteur économique majeur pour le département : « 1 € dépensé dans les remontées mécaniques génère 6 € de dépense dans la station » (*étude Atout France / SMBT/ DSF 2012*).

La politique départementale en faveur des domaines skiables sur la période analysée a principalement visé le maintien de l'attractivité touristique des stations moyennes et petites, en situation difficile compte tenu du vieillissement des installations et de l'insuffisance de leurs résultats. L'aide apportée s'est ainsi concentrée sur trois types d'intervention :

- l'amélioration des connexions entre domaines skiables existants (4 grands domaines),
- la modernisation des équipements (notamment sur 5 sites isolés),
- la concentration des exploitations et l'amélioration de la gouvernance.

Cette politique a permis la progression du chiffre d'affaires des stations appartenant aux domaines reliés, ainsi qu'à une relative stabilité économique des stations moyennes de Savoie. Globalement, cette dernière présente peu de sites en difficulté chronique, au regard de la situation dans les départements voisins. Cependant, des menaces persistent sur la pérennité des exploitations les plus fragiles.

I.7 - Immobilier de loisir

Face à la menace, pour l'économie touristique des stations, de la sortie progressive des circuits de commercialisation du parc d'hébergements marchands ancien, non rénové, la politique en faveur de l'immobilier de loisir telle que définie en 2001 a visé trois objectifs :

- favoriser la mise en marché professionnelle des logements existants en les requalifiant / réhabilitant,
- améliorer la lisibilité de l'offre de meublés de qualité,
- rechercher une meilleure performance énergétique des copropriétés.

Le bilan de cette politique est très décevant avec un très faible taux du parc rénové (800 appartements rénovés, soit 3 000 lits, dans le cadre des ORIL – Opérations de Réhabilitation de l'Immobilier de Loisirs) du à une politique nationale (ORIL) lourde à mettre en place et peu incitative.

Toutefois, la politique départementale a permis de développer le label Clévacances dans les stations afin d'améliorer la qualité des logements et surtout d'assurer leur commercialisation.

Par ailleurs, des initiatives intéressantes ont été développées dans certaines stations afin d'améliorer la commercialisation des lits.

I.8 - Valorisation du patrimoine et évènements culturels

Outre la sauvegarde du patrimoine historique, la politique de **valorisation du patrimoine** de la Savoie a favorisé l'accès de tous à la Culture, ainsi que le renforcement de l'attractivité touristique des territoires.

La conduite d'une vingtaine de projets a permis aux sites départementaux d'acquérir une attractivité nouvelle, notamment pour les cinq grands projets d'aménagements que sont la Grange Batelière de l'abbaye de Hautecombe (100 000 visiteurs), le Château des Ducs de Savoie (Sainte Chapelle et Chambre des comptes, 52 000 visiteurs), les forts de l'Esseillon (Redoute Marie-Thérèse et fort Victor-Emmanuel), le site historique et archéologique du col du Petit Saint-Bernard et le CIAP (centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine) de la Ville d'Art et d'Histoire à Chambéry.

Ces projets se sont accompagnés d'une mise en place de partenariats efficaces avec les structures locales.

Des parcours de découvertes thématiques valorisant le patrimoine savoyard ont été aménagés : Chemins du baroque, Pierres-fortes, Archipels d'altitude, ainsi que 11 itinéraires des sites et personnages remarquables.

Concernant la **Culture vivante**, 53 festivals ont été aidés en 2012, sur tout le département et dont certains bénéficient d'une très bonne renommée.

I.9 - Agritourisme

La volonté départementale de renforcer le partenariat entre le tourisme et l'agriculture ambitionne à la fois le confortement de l'activité des agriculteurs par la diversification de leurs sources de revenu et la diffusion des produits locaux auprès des visiteurs.

10 projets de fermes pédagogiques ou gîtes ruraux ont ainsi été soutenus ; deux territoires savoyards ont été labellisés « Vignobles et découverte » (Combe de Savoie et territoire du Lac du Bourget). La FACIM a également créé des circuits de découverte des alpages en 2010.

L'offre d'agritourisme reste malgré tout relativement faible, notamment du fait que son développement nécessite une importante démarche d'animation pour sensibiliser les professionnels du tourisme et de l'agriculture à la complémentarité des activités.

I.10 - Infrastructures numériques

En 2010, le Département s'est doté d'un plan numérique afin de répondre à l'objectif stratégique de couverture numérique du territoire par la fibre optique à l'horizon 2020.

L'intérêt pour le tourisme en Savoie est de réduire la fracture numérique et d'amener des offres de qualité sur le segment de marché des entreprises (centrales de réservation, etc.) ainsi que du grand public (offres saisonnières).

Il s'agit aussi de favoriser le développement d'usages et de services touristiques numériques (applications Smartphone, cartographie interactive, etc.)

I.11 - Transports et déplacements

L'objectif du Département en matière de transports touristiques est double : à la fois améliorer l'accessibilité des stations en hiver et favoriser l'utilisation des transports en commun pour se rendre sur les destinations touristiques et ainsi fluidifier le réseau routier.

Des lignes de bus touristiques sont déjà en place en hiver (34 lignes pour 450 000 usagers/an), et une centrale de mobilité « Mobisavoie » a été créée, générant plus de 130 000 ventes en ligne par an.

Par ailleurs, pour l'été, une ligne « plages » et trois lignes « Nature » transportant vélos et VTT ont été mises en place par le Département.

Le développement de l'intermodalité reste à poursuivre et les outils à rendre encore plus visibles et attractifs.

Conclusion :

Les investissements soutenus par le Département ont permis, en 12 ans, de structurer considérablement l'offre d'activités touristiques en Savoie ; néanmoins, les services touristiques associés à ces activités peuvent et doivent être davantage développés.

Certaines filières sont aujourd'hui matures et d'autres sont en plein essor.

Les équipements et services aménagés sont conçus pour tous. Ainsi, ils contribuent aussi bien à l'attractivité touristique qu'à l'amélioration du cadre de vie pour les habitants.

Face à l'évolution des besoins des clientèles, une adaptation continue des stratégies de développement touristique est nécessaire notamment sur cette notion de services touristiques.

II. DES ACTEURS DU TOURISME MOBILISES ET DES TERRITOIRES EN ORDRE DE MARCHE

Au-delà de la structuration de l'offre portée par des politiques d'investissement, le Département contribue à l'organisation des acteurs touristiques. Cette stratégie repose sur plusieurs outils.

II.1 - Soutien aux structures œuvrant en faveur du tourisme et de la montagne

De nombreuses structures intervenant dans le domaine du tourisme et de la montagne ont bénéficié d'aides du Conseil général pour mener leurs actions. On peut distinguer trois types de bénéficiaires :

- Les structures qui contribuent à la mise en œuvre de la politique du Conseil général comme L'ATD, l'UDOTSI, Savoie Mont Blanc Tourisme, Loisirs Accueil Savoie, la Fondation Facim, l'ASADAC...
- Les structures qui fédèrent les acteurs d'une filière prioritaire du Conseil général comme la Fédération départementale de la pêche, la Fédération départementale du tourisme associatif, Savoie Nordique, Savoie Haute-Savoie Junior et l'Association Savoyarde des Classes de Découverte, la Fédération Française des Clubs Alpins et de Montagne...
- Les structures qui regroupent des adhérents d'une marque ou d'un secteur d'activité comme l'association des Gîtes de France-Savoie, les Logis de France-Savoie, Accueil paysans Savoie, Equisabaudia, parmi lesquelles il faut distinguer celles qui proposent une ingénierie au service de la qualification de l'offre et de l'animation de réseaux d'acteurs contribuant ainsi à structurer l'offre et les acteurs socio-professionnels, de celles qui concentrent leurs actions sur la communication de leurs prestations ou de leurs adhérents.

Toutes les structures ont leur légitimité sur le territoire et auprès des acteurs ; cependant les actions de certaines convergent davantage avec les priorités départementales en matière de tourisme.

Élément marqueur de cette décennie, la création de Savoie Mont Blanc Tourisme en 2006, la Savoie bénéficie aujourd'hui d'un outil de promotion bi-départemental performant et structurant pour être visible et compétitif sur le marché du tourisme.

II.2 - Ingénierie des territoires

Le Conseil général par ses contrats territoriaux a financé des postes d'animateurs touristiques. On peut identifier :

- Les animateurs en charge de développer, structurer et promouvoir le tourisme de manière globale. Cinq des sept territoires savoyards ont bénéficié de l'aide départementale.
- Les animateurs spécialisés sur une filière reconnue comme prioritaire sur le territoire comme le vélo en Tarentaise-Vanoise, le tourisme adapté dans le Beaufortain et le Haut-Rhône, l'immobilier de loisir via le label Clévacances dans les stations moyennes, les activités de pleine nature dans le massif de la Lauzière.

Globalement, le soutien aux structures et aux territoires a fortement contribué à organiser les acteurs du tourisme en Savoie.

Cependant, malgré la présence d'animateurs en charge de thématiques similaires, ces derniers sont relativement isolés les uns des autres et ne bénéficient pas assez d'un partage d'expériences et de réflexions sur les problématiques de développement touristique.

II.3 - Communication et promotion des territoires

Les sept territoires savoyards ont bénéficié d'une aide du Département pour développer des supports numériques de communication (sites internet, cartes interactives...) et des brochures promotionnelles (guides, magazines, cartes touristiques...). Enfin, certains d'entre eux ont été aidés pour des campagnes photographiques, des relations presse, de l'évènementiel.

Plusieurs questions se posent aujourd'hui : celle de la pertinence des supports de communication (papier, internet...), de la portée des actions engagées (niveau local, départemental, régional, national) afin d'éviter les redondances ou la concurrence avec des actions similaires portées à un autre niveau et également financées par le Département.

II.4 - Commercialisation

Le Conseil général a soutenu le Service Loisirs Accueil Savoie, structure possédant une licence d'agence de voyage et donc apte à créer et commercialiser des produits touristiques packagés. Son domaine d'intervention se situe aujourd'hui essentiellement dans la commercialisation de meublés de tourisme et de chambres d'hôtes labellisés Gîtes de France et Clévacances et dans la commercialisation d'hébergements lors de grands évènements sportifs ou des congrès. Elle est intervenue ponctuellement dans l'accompagnement de projets locaux en apportant son expertise aux territoires.

Le Conseil général a accompagné également la création d'outils de commercialisation territoriaux innovants et performants comme le GDS (Global Distribution System) sur le territoire Arlysère.

II.5 - Démarches innovantes autour des territoires et des thématiques

Le Conseil général, par ses structures partenaires, a accompagné les territoires dans des démarches de développement sur une thématique privilégiée. Ces stratégies de positionnement ont contribué à renforcer et conforter l'identité du territoire et son attractivité.

Ainsi la Savoie est labellisée « Pays d'Art et d'Histoire » pour ses hautes vallées et « Ville d'Art et d'Histoire » pour Chambéry et Albertville ; Aix-les-Bains a été classée « Station nautique ». Un réseau de territoires incluant notamment des stations de montagne et les Parcs naturels régionaux est engagé dans la charte « Pour une montagne de confort ».

Par ailleurs, la Combe de Savoie et le territoire du lac du Bourget ont récemment obtenu le label « Vignobles & Découvertes ».

Le massif des Bauges, quant à lui, a obtenu en 2012 le label de l'UNESCO « Géopark », reconnaissant et valorisant son patrimoine géologique.

Ces labellisations sont le reflet de la diversité et des richesses du territoire savoyard. Elles lui apportent une notoriété et une reconnaissance à l'échelle nationale, voire internationale.

Par un travail d'animation locale, une contribution aux instances des structures porteuses, une mise en perspective à l'échelon régional et national, la recherche de mutualisation de moyens, l'ATD, la Fondation FACIM et SMBT ont apporté leurs compétences et leur ingénierie pour assurer une bonne mise en tourisme des territoires.



A noter également : **12 stations ont signé la « charte pour une montagne de confort »**

Localisation des démarches de développement et labellisation

II.6 - Participation à la gestion de domaines skiables

Le Département, lorsque cela a été nécessaire au développement des domaines skiables, a opéré des interventions via une prise de participations dans les sociétés gestionnaires des domaines :

Soit par un mode direct tel que :

- La Société des Trois Vallées (S3V) : créée en 2000 cette SAEM exploite et aménage notamment en tant que déléguataire du Département de la Savoie le domaine skiable de Courchevel, La Tania et Méribel-Mottaret.
- La SEMVAL (Valmeinier), la SEM des Bauges (Aillon-Margeriaz) et le SMTV (Valfréjus).

Soit par une prise de participations indirecte via Savoie Stations Participations. Créée en 1997, cette société a pour objet de contribuer au développement des stations touristiques de montagne implantées sur le territoire du département de la Savoie. Grâce aux revenus de la SETAM, elle dispose de liquidités qui lui permettent aujourd'hui de détenir des participations dans 14 sociétés en charge de l'exploitation de domaines skiables.

L'accompagnement des stations via ces organismes a permis d'accroître la solidarité entre les grandes stations et les stations moyennes.

II.7 - Politique en faveur des saisonniers

En 2002, la Savoie comptait 2 852 lits dédiés aux travailleurs saisonniers. Entre 2000 et 2008, 2 700 lits ont été créés grâce au financement du Conseil général, soit une augmentation de 95% en dix ans par rapport aux constructions des trente années précédentes. Cette politique a permis d'atteindre les objectifs fixés par le Département au regard des besoins exprimés et du rôle que peut avoir une collectivité départementale sur le sujet.

Il reste encore des besoins ponctuels en termes de disponibilité de logements mais il est surtout nécessaire de réhabiliter des logements vétustes. Par ailleurs, la mise en relation entre l'offre et la demande doit être améliorée.

II.8 - Fleurissement

Depuis 1994, le Conseil général a confié à l'ATD le soin d'organiser le Concours des villes et villages fleuris. La démarche intègre des notions de qualité environnementale, de cohérence des aménagements, et d'harmonie paysagère. 140 communes environ s'inscrivent chaque année au concours départemental soit 45% des communes savoyardes. 43 d'entre elles en 2012 contre 18 en 2000 ont obtenu le label une à quatre fleurs.

Ces notions et le travail réalisé par les communes et les particuliers ont été fondamentaux dans l'amélioration de l'accueil réservé aux visiteurs ainsi que du cadre de vie des habitants.

Cette mobilisation permet à la Savoie en 2013 de candidater au label du département fleuri.

L'objectif majeur consiste à motiver et dynamiser encore plus les acteurs publics et privés contribuant au fleurissement.

II.9 - Tourisme en faveur des jeunes

Sur cette thématique, les actions du Conseil général se sont déclinées par :

- le soutien à des structures comme Savoie Haute Savoie Junior via l'APS et l'Association Savoyarde des Classes de Découverte qui œuvrent pour l'organisation de classes de découverte et de colonies dans les centres de vacances de Savoie,
- le soutien à la Grande Traversée des Alpes et au Club Alpin Français qui mènent des expérimentations et opérations innovantes de découverte de la montagne pour le public jeunes adultes et dont la Savoie s'inspire dans la déclinaison de sa politique,
- enfin, la mise en œuvre des quatre plans jeunes à destination des collégiens savoyards destinés à leur faire découvrir de nouvelles activités sportives ainsi que les aspects culturels et environnementaux liés aux espaces de pratique. Le ski alpin depuis 2005, le ski nordique depuis 2011, la randonnée et les activités nautiques depuis 2012 ont été les supports du plan « jeunes ». Près de 9 500 collégiens ont bénéficié de ces sorties encadrées par des professionnels en 2012.

Malgré la volonté des acteurs et la diversité des initiatives développées, le public jeune reste difficile à mobiliser. Pourtant, il représente un enjeu majeur pour la fréquentation future des territoires de montagne.

Conclusion :

L'aide aux structures a en 12 ans fortement contribué à organiser les acteurs du tourisme en Savoie.

L'accompagnement des territoires et le travail d'ingénierie doivent nécessairement être poursuivis pour faire vivre et rendre visible l'offre touristique.

Le travail de proximité est également à poursuivre.

Le travail en direction des prestataires (animation de réseaux d'acteurs, professionnalisation, notion de service touristique...) est à approfondir.

Le développement touristique s'inscrit dans un modèle de développement global mettant en relation les collectivités, les prestataires, les clients qu'ils soient habitants ou visiteurs dans deux cercles vertueux de relations partenariales :

Un modèle de développement global



III. IDENTITE TOURISTIQUE : PLUS DE SENS, PLUS DE PERSONNALITE, PLUS DE SINGULARITE

Depuis une vingtaine d'année, la problématique de l'identité touristique s'est imposée aux destinations. Dans un contexte de concurrence toujours plus fort, avec des moyens de communication toujours plus efficaces, les territoires touristiques cherchent à s'individualiser pour se démarquer des autres destinations.

Dans la singularisation de la destination, la notion d'identité locale prend toute sa place. Elle permet de distinguer le territoire savoyard des autres territoires alpins et montagnards. Elle est fondée sur un certain nombre d'éléments :

- une histoire originale, de part et d'autre d'une frontière européenne, lieu de passage majeur pour les idées, les hommes et les marchandises, entre la France, l'Europe du Nord et l'Italie, qui a donné aux paysages et aux monuments des traits spécifiques visibles sur l'ensemble du champ culturel : la création artistique, les arts de la table, le patrimoine immatériel, par exemple les noms de lieux, les savoir-faire...,
- un besoin de perspective d'avenir (un projet),
- un besoin d'idées fortes qui donnent une lisibilité à l'action,
- une identification parlante.

Ces éléments qui identifient une destination alimentent la notion de marque qui s'applique pour le tourisme comme pour d'autres types de produits marchands. C'est pour atteindre cet objectif qu'a été créée la marque Savoie Mont Blanc.

IV. BILAN FINANCIER SUR LA PERIODE 2000 – 2012

Le tourisme, vecteur important de développement économique pour la Savoie, génère chaque année près de 4,3 milliards d'euros de retombées économiques directes et indirectes pour les territoires ainsi que des recettes conséquentes pour le Département.

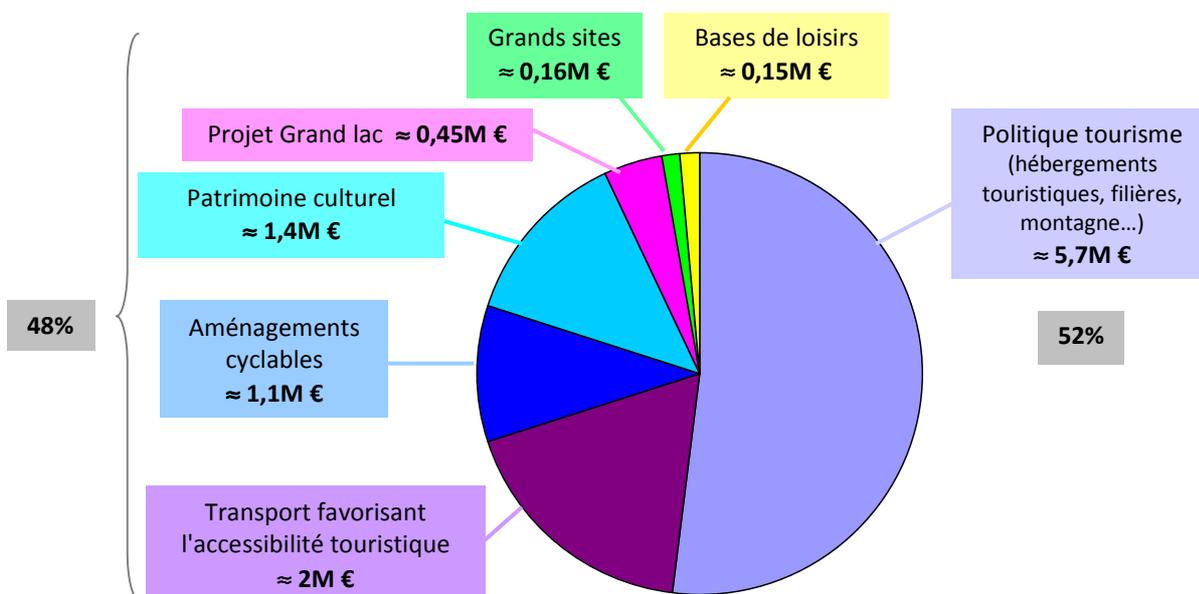
IV.1 - Dépenses d'investissement

a. Budget consacré au tourisme en 2012

En 2012, le Département a consacré **plus de 8% de son budget d'investissement à des actions liées au tourisme.**

Parmi ses investissements, il convient de distinguer les dépenses engagées dans des domaines directement liés au tourisme (hébergements touristiques, équipements de diversification, modernisation de domaines skiables...), de celles consacrées à des politiques d'aménagement du territoire répondant à des enjeux plus larges que la seule dimension touristique (valorisation des Grands Sites, projet Grand lac, sauvegarde et rénovation du patrimoine bâti, pistes cyclables, lignes de transport saisonnières, infrastructures numériques, bases de loisirs en régie départementale...).

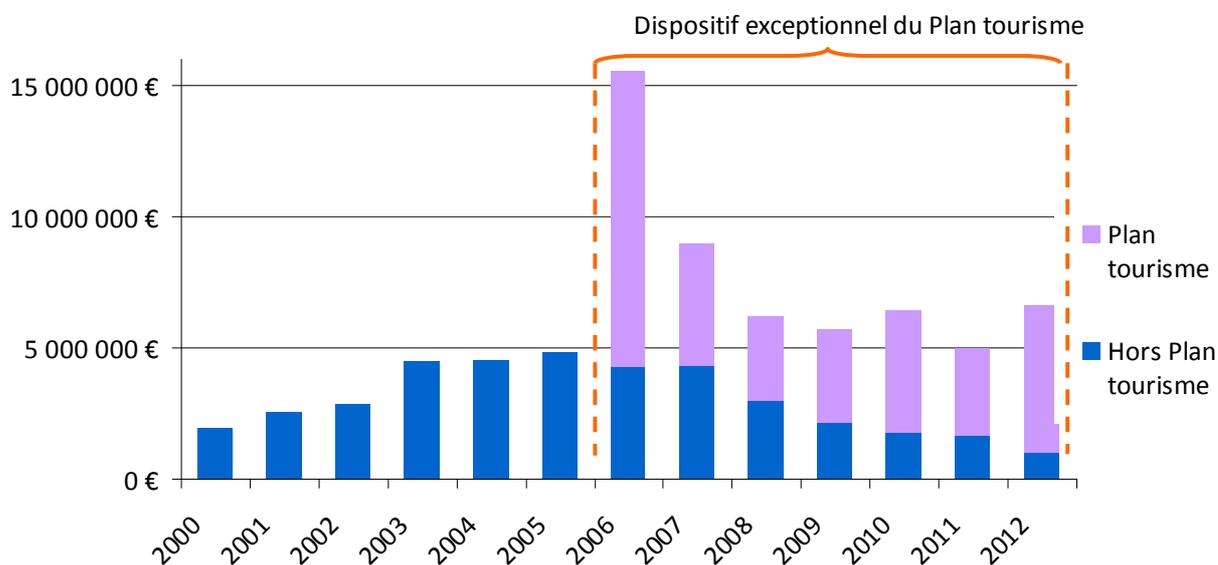
Ainsi, en 2012, **11 millions d'euros** ont été inscrits au budget départemental en faveur du tourisme et des activités en lien avec le tourisme. L'enveloppe consacrée spécifiquement aux actions et projets touristiques s'est élevée à 5,7M€, soit un peu plus de 4% du budget primitif du Conseil général (133 millions d'euros).



Répartition des crédits inscrits en faveur du tourisme et des activités en lien avec le tourisme en 2012

b. Zoom sur les dépenses liées spécifiquement à la politique touristique de 2000 à 2012

Sur cette période, le Conseil général a investi près de 75 millions d'euros dans des projets touristiques :



Evolution des moyens financiers engagés en faveur des investissements touristiques de 2000 à 2012

**Hors Plan Tourisme = dispositifs lignes classiques en faveur des hébergements touristiques, des filières de pleine nature, Plan thermal, ORIL, logement des saisonniers, CTS volet tourisme ...*

En 2006, le Conseil général s'est doté de moyens financiers exceptionnels en adoptant le « Plan tourisme 2007-2015 », avec son enveloppe de crédits de 65 millions d'euros, pour conduire sa politique volontariste en faveur des stations moyennes et de la diversification toutes saisons.

Ce **dispositif exceptionnel** s'est peu à peu **substitué aux dispositifs d'intervention permanents** alimentés par les lignes de droit commun et représente, en 2012, 89% des crédits consacrés au tourisme.

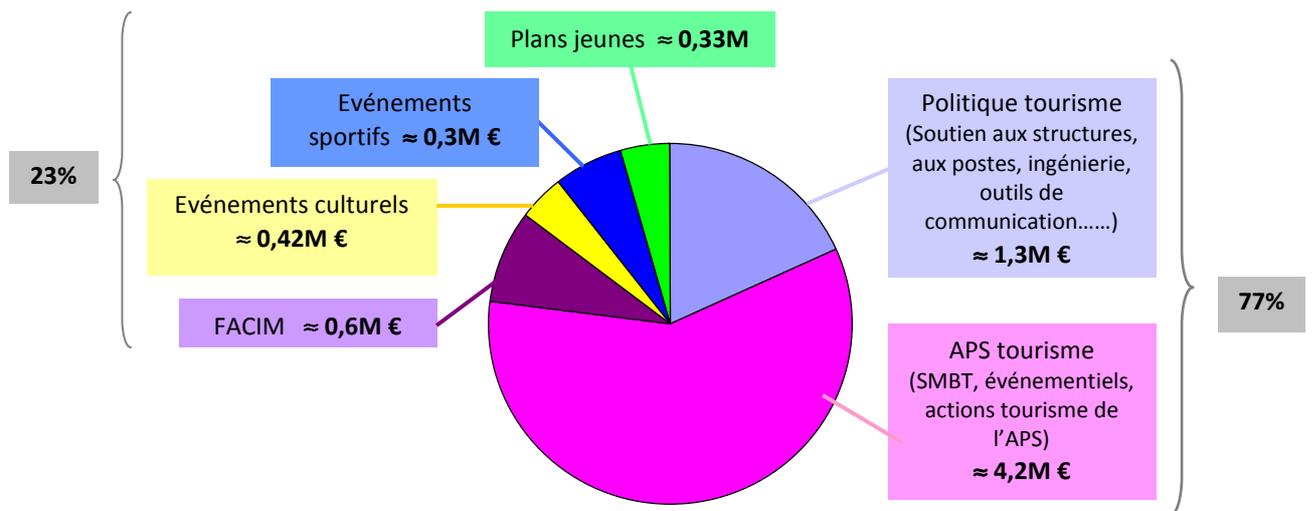
IV.2 - Dépenses de fonctionnement

a. Budget consacré au tourisme en 2012

En 2012, le Conseil général a consacré plus de 1,3 million d'euros à la structuration et l'organisation des acteurs du tourisme. Un effort financier conséquent est réalisé pour promouvoir la destination et l'offre touristique notamment sur le marché international avec une participation de la Savoie au budget de Savoie Mont Blanc Tourisme à hauteur de 4 millions d'euros via l'Assemblée des Pays de Savoie.

A ces actions, s'ajoutent les politiques menées en faveur des événements sportifs et culturels ainsi que les « Plans jeunes » destinés aux collégiens savoyards qui contribuent à la fois à la notoriété et l'attractivité touristique de nos territoires mais également au développement des loisirs à la population.

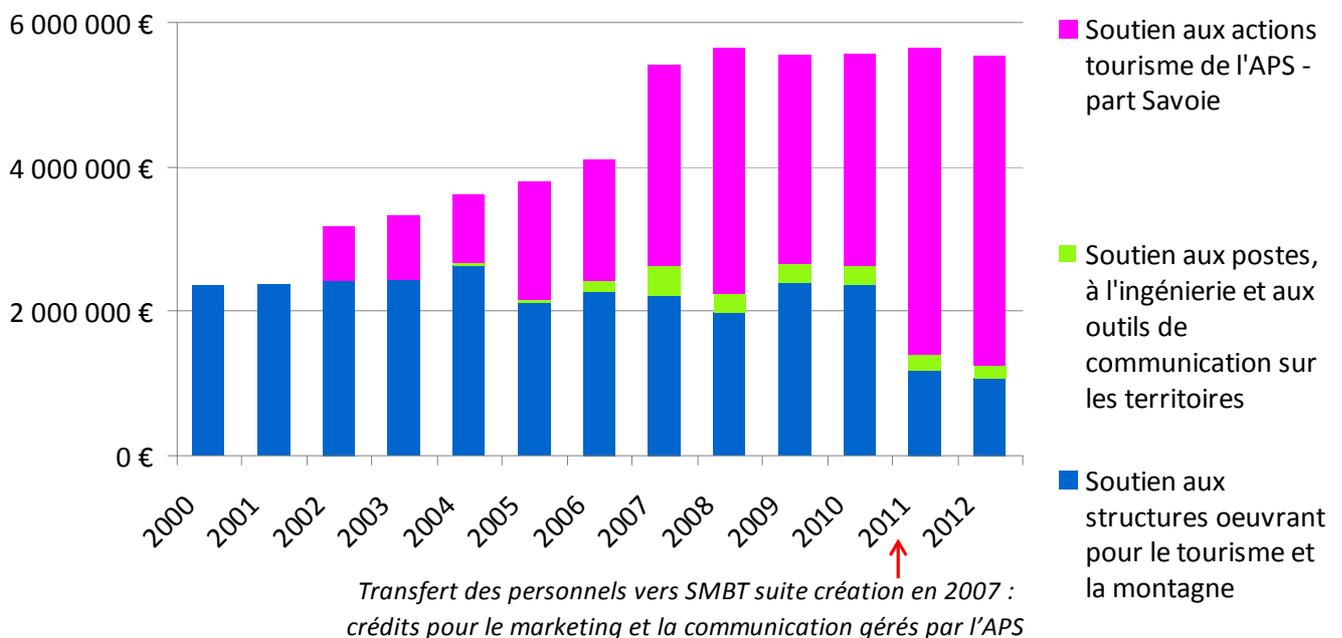
Ainsi en 2012, **7,2 millions d'euros** ont été inscrits au budget en faveur de ces actions, soit environ **2 % des dépenses de fonctionnement du Conseil général** (400 millions d'euros) :



Répartition des crédits inscrits en faveur du tourisme et des activités en lien avec le tourisme en 2012

b. Zoom sur les dépenses liées spécifiquement à la politique touristique de 2000 à 2012

Sur cette période, pour soutenir notamment l'ingénierie touristique et les structures œuvrant pour le tourisme et la montagne, le Conseil général aura mobilisé près de 56 millions d'euros :



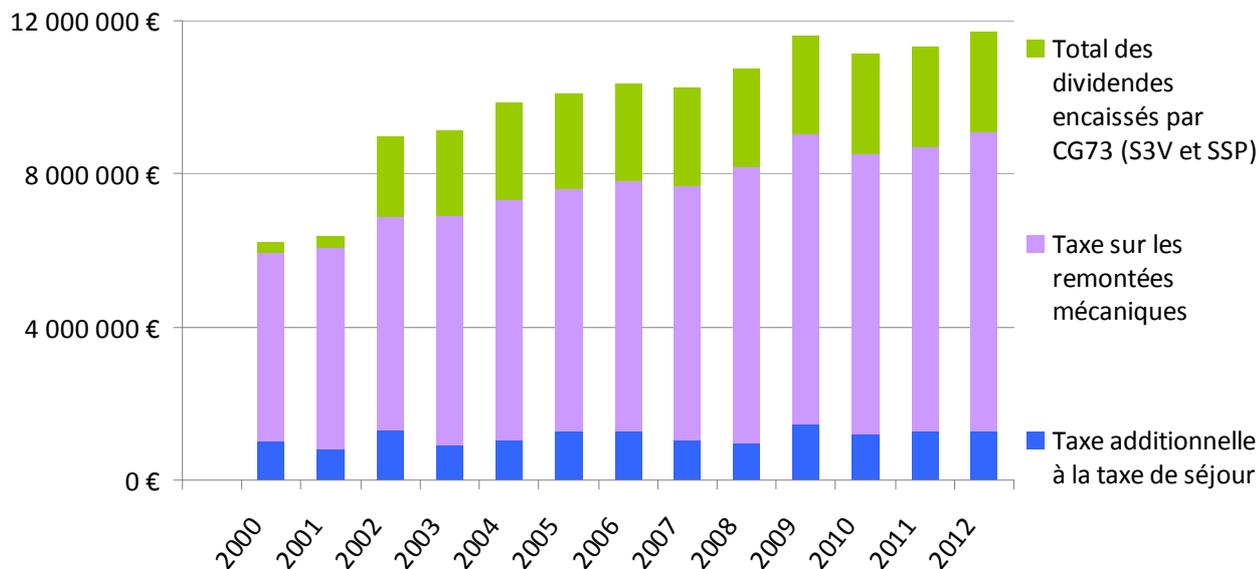
Evolution des moyens financiers engagés en faveur de la structuration des acteurs du tourisme de 2000 à 2012

La création de Savoie Mont Blanc Tourisme en 2006 a induit un transfert des crédits alloués à la promotion, la communication et le marketing au budget de l'Assemblée des Pays de Savoie.

IV.3 - Recettes issues de l'activité touristique

a. Recettes liées à l'activité touristique

Le tourisme est générateur de recettes pour le Département. En 2012, le cumul des recettes encaissées par le Département relatives aux dividendes de gestion des domaines skiables, ainsi qu'à la fiscalité (taxes sur les remontées mécaniques et la taxe additionnelle de séjour), s'élève à **11,6 millions d'euros**, ce qui représente plus de **127 millions d'euros sur la période 2000-2012**.



Pour mémoire, la taxe de séjour et la taxe sur les remontées mécaniques ont des champs d'affectation régis par la loi :

- * Les recettes de la Taxe additionnelle à la taxe de séjour doivent être spécifiquement affectées au tourisme sur des dépenses destinées à promouvoir le développement touristique du département.
- * Les produits de la Taxe sur les remontées mécaniques doivent être affectés à des dépenses liées au développement du tourisme et de l'activité agricole en montagne.

En revanche, les dividendes des domaines skiables peuvent être affectés à tout type de dépense, elles alimentent le budget général du Conseil général.

Les recettes fiscales liées aux droits de mutation à titre onéreux et à la taxe sur le foncier bâti représentent également des ressources conséquentes pour le budget départemental. Afin de posséder une vision globale des recettes générées par l'activité touristique, il s'agira à l'avenir de définir une méthodologie permettant d'isoler les droits de mutation propres aux 64 communes supports de stations.

b. Recettes exceptionnelles en faveur du Plan tourisme

Au delà de ces recettes régulières, le Département a su mobiliser des moyens **financiers exceptionnels** par leur origine et leur ampleur pour mettre en œuvre son Plan tourisme 2007-2015 (**65 millions d'euros**), qui sont issus principalement de la réalisation d'actifs que possède le Département du fait de l'activité touristique déployée à Courchevel depuis de nombreuses années :

- * Produits des ventes d'actions détenues par le Département dans la Société des Trois Vallées (S3V) à hauteur de 23 millions d'euros,
- * Produits des ventes de terrains appartenant au Département à Courchevel pour environ 42 millions d'euros.

Cette politique exceptionnelle par son ampleur financière s'est ainsi inscrite dans une logique de redistribution, en diffusant les richesses induites par l'activité touristique d'une station (Courchevel) en faveur du développement de l'ensemble du département.

Sur la période concernée 2006 – 2012, les dépenses liées au Plan tourisme représentent 40 millions d'euros sur les 65 au total qui lui seront dédiés.

IV.4 - Fonds européens programmés en faveur du tourisme sur la période 2007-2013

Outre les recettes liées à l'activité touristique, la mobilisation du Département aux côtés des acteurs savoyards a permis d'obtenir plus de 6 millions d'euros de crédits européens pour le développement du tourisme en Savoie.

En effet, sur la période 2007-2013, les projets savoyards à vocation touristique ont mobilisé :

- 3,2 millions d'euros au titre du programme interrégional de massif des Alpes,
- 1,8 million d'euros au titre du Feder régional,
- 0,25 million d'euros au titre du Feader dont les programmes Leader,
- 0,8 million d'euros au titre du programme transfrontalier Alcotra.

Conclusion

Le tourisme doit toujours être considéré comme un moteur économique de la Savoie qu'il faut préserver et qui alimente abondamment les recettes du Département.

Sur la période 2000-2012, hors les 40 millions d'euros du Plan tourisme, le Département aura consacré près de 91 millions d'euros à sa politique en faveur du tourisme et de la montagne.

En retour, l'économie touristique de la Savoie aura généré sur cette même période plus de 127 millions d'euros de recettes pour le Conseil général.

**PARTIE 3 : NOUVELLES ORIENTATIONS,
LES CLIENTELES AU CENTRE DES
PREOCCUPATIONS**

L'action du Département sur les décennies précédentes s'est attachée à **équiper et aménager le territoire** avec une politique essentiellement **ournée vers l'offre** pour développer des produits diversifiés, tout public, toute saison.

A l'heure du bilan, il faut souligner que la Savoie est aujourd'hui un territoire globalement **bien équipé** et que les **acteurs du tourisme sont relativement bien structurés**.

Cependant, certains aspects restent à améliorer pour répondre aux attentes des clientèles :

- **l'accompagnement des acteurs** est à consolider pour proposer une offre touristique globale, mieux organisée,
- l'offre est à rendre davantage **visible et accessible**,
- les **prestations et les services** sont à **développer** et **qualifier**.

Le Département doit opérer une inflexion de sa stratégie touristique en opérant un glissement pour positionner les **clientèles au centre des préoccupations**.

L'objectif de la politique touristique du Département qui était d'équiper et d'aménager le territoire doit s'orienter davantage au service de **la réussite de l'expérience des clientèles** avec trois niveaux d'intervention :

- ⇒ un **travail collectif** amélioré avec les prestataires et les collectivités.
- ⇒ une meilleure **mise en marché** de ces produits,
- ⇒ des **prestations et services** mieux produits/organisés (aide à l'investissement et ingénierie individuelle au projet),

I. PRINCIPES GENERAUX

I.1 - Une stratégie touristique réorientée

I.1.1 Clé d'entrée : une approche globale et intégrée

La stratégie touristique proposée se veut globale et intégrée, c'est-à-dire qui passe par la prise en compte :

- **Des spécificités des territoires et de la Savoie** : par sa géographie, son histoire, celle de son développement touristique, la Savoie a des spécificités fortes qu'il convient de mettre en valeur. Hautes et moyennes montagnes, lacs, campagnes, villes et villages, patrimoines naturels et culturels, grandes stations et stations-villages sont autant d'atouts pour ancrer le développement touristique dans les entrailles du territoire. Un territoire, la Savoie, mais composée de sous-territoires différents les uns des autres. Ainsi une approche fine des singularités de chacun d'entre eux doit être au cœur des préoccupations afin de ne pas banaliser l'offre touristique.
- **De la diversité des clientèles et des pratiques** : Entre clientèles françaises et étrangères, jeunes, familles, seniors, de différentes catégories socio-professionnelles, un travail en finesse doit être réalisé afin de prendre en compte l'ensemble des attentes et réduire l'écart entre clients potentiels et réels. Egalement, le visiteur pratique plusieurs activités pouvant être très différentes les unes des autres pendant son séjour. Ainsi, les vacances hivernales ne sont plus focalisées sur le ski uniquement mais s'ouvrent vers d'autres loisirs : promenades sur chemins damés, raquette, chiens de traineaux, bien-être, contemplation en lien ou non avec la neige. L'été, le visiteur ne reste pas en station mais découvre un territoire beaucoup plus étendu, une vallée, un massif, etc... et la diversité des pratiques est encore plus importante entre activités sportives, culturelles, ludiques, gastronomiques, la même personne, ou la famille pouvant picorer les unes et les autres afin de satisfaire sa curiosité.
- **D'une appropriation par les habitants** : le tourisme, malgré son apport à l'économie de la Savoie, peut être mal vécu par les habitants : sentiment d'envahissement, contraintes, bouchons sur les routes. Les habitants doivent donc être au cœur du développement touristique. En effet, consommateurs potentiels et en même temps ambassadeurs de la destination, ils doivent être concernés par les futures politiques touristiques. Ils sont le supplément d'âme, de convivialité qui transforme l'expérience du visiteur en réussite.
(cf. annexe IV.1)
- **Du confort d'usage** : une part importante de la population (35 % environ), et donc clientèle, a des besoins et attentes bien identifiées liées à ses aptitudes (enfants, parents avec poussette, seniors...). Les personnes handicapées (5% de la population) nécessitent une attention renforcée et cohérente, qui est notamment relevée par des normes et textes réglementaires. C'est en transversalité que le confort d'usage doit accompagner une montée en qualité des aménagements. Cette démarche centrée sur l'utilisateur contribue à la rentabilité durable des investissements. Positionner le confort d'usage comme une clé d'entrée systématique c'est :
 - Placer l'utilisateur, au regard de ses aptitudes, au centre des commandes et des stratégies par des choix techniques judicieux,

- Affirmer la nécessité de développer une culture de l'usage,
- Encourager une culture de l'initiative et de l'innovation afin d'offrir des produits attractifs pour tous.

(cf. annexe IV.2)

I.1.2 Objectifs poursuivis

Par cette nouvelle stratégie touristique, les objectifs recherchés sont de :

a. Poursuivre la diversification

Celle-ci a été ébauchée dans le schéma de développement touristique de la Savoie de 1996 et son actualisation en 2001 et très largement amplifiée avec la mise en œuvre du Plan tourisme en 2007. Au vu de la qualité des résultats et des enjeux sur le tourisme de montagne, été comme hiver, il est nécessaire de continuer les efforts pour un tourisme fondé sur une grande diversité d'activités praticables en toutes saisons.

b. Qualifier l'offre et les services en lien permanent avec l'évolution de la demande

Le bilan réalisé et présenté ci-dessus conclut à une offre touristique quantitativement satisfaisante et diversifiée. Cependant, des efforts restent à produire concernant la qualification de cette offre, c'est-à-dire la mise en place de prestations et de services de qualité autour des équipements. En effet, outre l'aspect quantitatif du nombre d'activités proposées, l'enjeu à présent est de veiller à ce que les produits touristiques existants ou à venir soient améliorés et enrichis de prestations diverses afin de répondre aux nouvelles exigences des clientèles.

Ainsi, la qualification de l'offre touristique doit être encouragée aujourd'hui, notamment en adossant la politique départementale à des critères de différenciation et de lisibilité sur la base d'un large panel de labels et classements, se référant :

- **A l'accueil de la clientèle dans les hébergements**
- **A l'image d'un territoire** (démarches de qualification locale)
- **A une reconnaissance institutionnelle** (outils apportant une valeur ajoutée à l'offre touristique)
- **A la qualité de construction des bâtiments**
- **A la certification ISO**

(cf. annexe IV.3)

c. Améliorer la qualité des services touristiques

Au-delà d'un travail constant sur le contenu, la qualité, le rapport qualité/prix, l'organisation du produit ou de la prestation touristique, il convient de développer la notion de service à la clientèle. C'est ce qui vient en plus du produit comme la qualité de l'accueil, le relationnel entre le client et le prestataire, l'information touristique expliquée par le prestataire pour faciliter le séjour du client sur le territoire. Ce sont également les services du territoire en termes de transport et de haut-débit qui améliorent la fluidité du séjour.

d. Favoriser davantage les offres libres d'accès

En complément des prestations payantes, il est nécessaire de garantir des offres, espaces et services libres d'accès pour permettre au plus grand nombre de séjourner en Savoie et pour contrecarrer l'image d'une montagne chère et mercantile. Au-delà des espaces traditionnellement non payants (sentiers, pistes cyclables, certaines plages, certains espaces muséographiques), d'autres services pourraient être gratuits comme des festivals ou expositions permanentes au sein de musées ou centres d'interprétation...

La gratuité de ces espaces induit un nombre de visiteurs plus importants qui génèrent des retombées économiques indirectes (consommation, achat souvenir, restauration...). Ces dépenses s'avèrent souvent plus élevées que le chiffre d'affaire de la billetterie dans le cas d'entrée payante.

e. Améliorer la visibilité de l'offre

Dans un environnement touristique très concurrentiel, mondialisé, où les émetteurs d'informations touristiques du prestataire au Ministère en passant par le tour-opérateur sont multiples, il est indispensable de faciliter la recherche de séjours du client. Cela passe par une meilleure performance des outils de promotion de la destination : bases de données de recensement de l'offre, sites web, réseaux sociaux, interconnexion entre les différents médias d'information, possibilité pour le visiteur d'aller de l'identification de l'offre à l'acte d'achat...

f. Développer une attention particulière en direction des publics "jeunes"

Les publics "jeunes" représentent une cible stratégique pour le tourisme de la Savoie, en raison des enjeux suivants :

- le renouvellement et le développement de la clientèle : attirer les jeunes aujourd'hui c'est capitaliser sur les clientèles de demain, sans oublier que les jeunes influencent fortement le choix des vacances au sein de la famille.
- l'apport économique : la fréquentation des jeunes contribue à part entière aux retombées économiques du tourisme, alors que ce public est parfois considéré comme non solvable.
- la désaisonnalisation : l'accueil de certains publics jeunes peut représenter une opportunité touristique pour les périodes dites creuses, pour lesquelles la fréquentation est à consolider.
- l'approche éducative : le séjour touristique peut être un vecteur pour l'initiation aux activités sportives, culturelles, de découverte environnementale.
- la dynamisation du département : attirer les publics jeunes en Savoie c'est aussi contribuer à donner une image plus jeune et moderne du département.

La stratégie touristique départementale doit donc porter une attention particulière à ces publics en tenant compte de leur diversité. Le marché des jeunes est en effet difficile à appréhender de manière globale, car leurs attentes évoluent rapidement, et leurs besoins et motivations en matière de tourisme sont hétérogènes selon l'âge (enfants de moins de 12 ans, adolescents entre 12 et 17 ans, jeunes adultes entre 18 et 25 ans), le mode de voyage (individuel, en groupe, en famille), le cadre du séjour (scolaire, agrément). Il est donc important de proposer aux différents segments de clientèles jeunes une offre adaptée en termes d'activités, de services, d'hébergement, et de la rendre accessible et visible grâce à une approche marketing et des outils de communication spécifiques.

I.2 - Une gouvernance redéfinie

a. Différentes échelles d'intervention

Depuis de nombreuses années, la mise en œuvre de la politique du Département en faveur du tourisme se décline à différentes échelles territoriales, en fonction de la nature des projets. Ce principe sera maintenu, conforté et rendu plus lisible notamment via la réforme des aides qui structurera plus fortement l'intervention du Département.

- ***Savoie et Haute-Savoie***

L'échelle bi-départementale est pertinente pour mener des actions en faveur du tourisme.

Par exemple, la **promotion de la destination** est réalisée sous la marque **Savoie Mont-Blanc**. En effet, dès 2005, afin de rendre plus lisibles et présentes les destinations « Savoie » et « Haute-Savoie » tant au niveau national qu'international, les deux Départements ont choisi de déléguer leurs compétences en matière de promotion de la destination touristique à l'Assemblée des Pays de Savoie. En 2006, Savoie Mont-Blanc Tourisme a été créé afin de définir et mettre en œuvre la stratégie marketing, la promotion, la communication et l'observation touristique pour le compte de l'APS.

- ***Département de la Savoie***

Jusqu'alors, le Conseil général a mis en œuvre une politique volontariste au travers de **projets touristiques structurants pour l'ensemble du territoire de la Savoie** avec un caractère d'intérêt général.

La réforme des aides adoptée en 2013 a permis de prioriser ces actions de niveau départemental pour ne conserver que les interventions fortement structurantes.

Ainsi seront notamment poursuivis la politique en faveur des hébergements touristiques, l'aménagement de voies vertes, la valorisation d'un certain nombre de grands sites naturels ou patrimoniaux, le développement de nouvelles actions en faveur des jeunes via les différents « plans jeunes » ou encore la programmation de grands événements sportifs et culturels. Enfin, le réseau des musées et des maisons thématiques sera conforté notamment en développant des projets en partenariat avec le Musée Savoisien et en faisant bénéficier le réseau ainsi que les projets des territoires de son expertise technique et scientifique.

Par ailleurs, sera créée une instance de concertation départementale pour le développement des sports de nature.

- ***Territoires institutionnels***

Pour s'adapter à la diversité des territoires et travailler avec plus de proximité, le Département a développé une approche territoriale depuis 2004. Ainsi, **sept territoires** composent l'espace savoyard. Espaces de projets et de dialogue, ils permettent de tenir compte des spécificités locales. La réforme des aides en cours renforce ce principe de territorialisation par la mise en place d'une nouvelle génération de contrats territoriaux et d'un nouveau mode de gouvernance entre les territoires et le Département.

Au delà de ces 7 territoires, la Savoie comprend deux **Parcs Naturels Régionaux (PNR)**, (Massif des Bauges et Massif de la Chartreuse), l'espace Belledonne (projet de PNR) et le **Parc National de la Vanoise** qui constituent également des espaces de projets.

- **Périmètres de gouvernance touristique**

Les projets touristiques s'affranchissent des périmètres administratifs. Afin d'accompagner une offre et une mise en tourisme en adéquation avec les attentes des clientèles, la notion de périmètre de gouvernance touristique sera reconnue.

Ces espaces touristiques devront se traduire par une **démarche collective et concertée** dont l'objet sera de **développer une offre et une mise en tourisme qui profitent à la destination Savoie Mont-Blanc**.

La politique départementale avait déjà identifié de tels périmètres avec les stations de montagne, les espaces valléens et les stations thermales.

D'autres espaces s'inscrivent dans cette logique de périmètre tels que les communes et prestataires labellisés « Vignobles et Découvertes », les territoires du label « Pays d'Art et d'Histoire » et du label « Géopark », ou encore les espaces classés au patrimoine mondial de l'UNESCO.

L'enjeu est d'identifier ces périmètres naissants et de les aider à se structurer.

b. Un principe de co-élaboration avec les territoires

Le nouveau Schéma Départemental du Tourisme identifie les enjeux, priorités et leviers d'intervention qui vont guider l'action du Département dans la mise en œuvre de sa politique en faveur du tourisme.

Cette **ambition départementale** doit être **traduite au niveau local** en concertation avec les acteurs locaux. L'accompagnement du Département s'établira au regard de ses priorités dans le respect des spécificités des territoires, dans un souci de cohérence de l'action publique et dans un dialogue permanent afin de partager et de co-élaborer le programme ou les actions à conduire.

c. Une dynamique de réseau

Il a été nécessaire de repositionner l'utilité des réseaux et leur plus-value dans la conduite de politiques publiques. En effet, ces réseaux contribuent à organiser la **transversalité**, dimension essentielle dans un secteur souvent compartimenté. Ils ont un rôle essentiel dans l'émergence de **nouveaux partenariats**, de **nouvelles compétences** et manières de faire. Le réseau peut aussi faire le lien entre la politique publique et les acteurs en mesure de contribuer à ces objectifs, il joue alors un **rôle d'interface**. Sa contribution au développement de **démarches d'innovation**, de prospective et d'expérimentation, est favorisée par une structuration non figée ou marquée par une organisation de type administrative. Enfin il est aussi le lieu qui permet le **partage d'expérience** et l'enrichissement mutuel.

La mise en œuvre du SDT actualisé va prendre largement appui sur les réseaux existants et ceux à venir.

Un **réseau des animateurs touristiques des territoires de Savoie** sera créé. Animé par l'ATD, il s'inscrira pleinement dans la définition présentée ci-dessus avec notamment un **rôle d'interface** pour instaurer un espace de dialogue entre le Département et les territoires sur la thématique du tourisme.

L'actualisation du SDT a été le fruit d'une collaboration importante tant entre les directions du Conseil général qu'avec les partenaires de la collectivité qui ont pour mission de mettre en œuvre ou de relayer la politique départementale. En ce sens, le service Montagne et Tourisme du Conseil général poursuivra **l'animation de ce réseau d'acteurs institutionnels**, l'objet étant de mettre en œuvre les orientations du schéma actualisé et d'en assurer le suivi.

d. Une concertation avec les autres niveaux institutionnels

A ce jour, seule la promotion de la destination sous la marque « Savoie Mont-Blanc » est commune aux deux **Départements de Savoie et de Haute-Savoie** en matière de tourisme. Les politiques liées au développement de l'offre sont de la responsabilité de chaque Conseil général. Néanmoins, un certain nombre de thématiques sont communes et font l'objet d'échange de pratiques, à citer notamment les politiques en faveur du cyclo, du tourisme adapté, du public jeune encadré. De nouvelles collaborations peuvent être envisagées sur la thématique du nordique, de la véloroute Via Rhôna ; à cet effet, une inter-commission tourisme pourrait voir le jour au sein de l'APS et ainsi travailler à la définition d'une politique touristique bi-départementale.

Sans attendre l'examen du projet de loi de décentralisation et de la réforme de l'action publique prévu à compter de 2013, la collaboration avec la Région Rhône-Alpes et Rhône-Alpes Tourisme a été engagée sur un certain nombre de sujets. Parmi ceux-ci, citons plus particulièrement SITRA, Système d'information touristique Rhône-Alpes, véritable réussite en termes de projet réalisé en mode collaboratif entre la Région, les Départements et les offices de tourisme. Il permet d'avoir aujourd'hui une base de données mutualisée sur toute l'offre touristique de la région. D'autres sujets tels que le Tourisme social et solidaire, la politique en faveur des refuges, ou encore la valorisation touristique de la véloroute Via Rhôna « du Léman à la Méditerranée » sont des sujets de réflexion communs. Egalement le volet formation, indispensable à la professionnalisation des acteurs doit être réalisé en commun. La complémentarité des dispositifs contractuels a permis et doit permettre à nouveau un véritable effet levier sur le développement d'une offre touristique de qualité sur les territoires. En effet, une plus grande complémentarité dans le développement de l'offre touristique s'impose encore plus fortement pour gagner en efficacité et en lisibilité.

Enfin, les travaux engagés entre les différents niveaux institutionnels pour contribuer aux orientations et contenus des prochains **programmes d'intervention de l'Union Européenne sur la période 2014-2020**, sont également une étape importante en matière de concertation et de complémentarité des politiques publiques.

Les enjeux stratégiques pour la Savoie tels que les infrastructures numériques, la diversification des stations moyennes, l'immobilier de loisir en montagne, les transports, sont autant de sujets à porter et à traduire de manière opérationnelle dans les documents de mise en œuvre de programmes (DOMO : Alcotra, interrégional du Plan Rhône et du Massif Alpin) et dont la réalisation est rendue possible via les fonds européens tels que le FEDER, le FEADER ou encore le FSE.

II. LEVIERS D'INTERVENTION

II.1 - Ingénierie départementale

Le premier des leviers d'intervention du Département est **l'ingénierie dont disposent ses services**. L'activité touristique étant prépondérante en Savoie, le développement d'une offre variée, de qualité et adaptée aux besoins des clientèles concerne directement ou indirectement de nombreuses Directions. Les actions du Département en faveur du tourisme peuvent donc être nombreuses mais concourent à un même objectif global.

Afin de mettre en œuvre sa stratégie, le Département possède plusieurs modes d'intervention, il peut :

- être **maître d'ouvrage d'aménagements, équipements, ou manifestations structurantes** tels que les voies vertes, les grands sites départementaux sur les aspects patrimoniaux ou environnementaux, le réseau de transport en commun et ses services associés, la gestion de domaines skiables, les activités en faveur des collégiens, les manifestations culturelles et sportives...
- **élaborer des schémas ou documents cadres**, permis ou exigés par la loi, en faveur d'une thématique particulière par exemple le PDIPR, le futur PDESI, le Plan numérique ...
- **accompagner financièrement** au travers de subventions **des maîtres d'ouvrage publics ou privés** pour la mise en œuvre des stratégies et priorités portées par ses divers schémas.

Pour accomplir ses missions au niveau local, depuis 2006, il peut s'appuyer sur les **Territoires de Développement Local**.

Concernant la **mise en œuvre de la politique en faveur du tourisme**, il mobilise l'Agence Touristique Départementale et Savoie Mont-Blanc Tourisme qui remplissent les missions d'un Comité Départemental du Tourisme au titre de la loi de décembre 1992 dite loi Mouly.

Cette ingénierie départementale sollicitée pour chaque projet relevant de la thématique touristique pourrait être encore mieux mobilisée en organisant un travail davantage collaboratif entre Directions. A cet effet, une **instance de pilotage interne** pourrait formaliser ce travail en réseau pour **consolider le dialogue inter-directions**.

II.2 - Ingénierie touristique apportée aux projets

Cette ingénierie apportée aux projets individuels existe déjà et il convient de mieux l'organiser et davantage la formaliser. Elle consiste à accompagner le maître d'ouvrage le plus en amont possible et jusqu'à la réalisation du projet. Elle a pour objectifs :

- de développer une offre de qualité par un apport en connaissances sur le marché, la concurrence, le modèle économique ou encore les aspects juridiques. Il s'agit de transformer l'idée de départ en un bon projet qui saura trouver sa place dans l'économie touristique, dans le marché potentiel, afin que l'activité soit pérenne.
- de placer le projet dans le processus de développement touristique du territoire qui peut être fondé sur une thématique particulière et/ou l'animation d'une filière d'acteurs.
- de faire du prestataire un ambassadeur du territoire capable, au-delà des services qu'il propose, de donner envie au visiteur prospect de venir en Savoie.

Si l'accompagnement est individualisé au projet, le mode d'accompagnement peut être collectif au vu des compétences à apporter au maître d'ouvrage et peut donc impliquer plusieurs structures partenaires du Conseil général ainsi que les services du Département.

Cette ingénierie au projet pourrait être mise en place à la demande du maître d'ouvrage ou à la demande du Conseil général dans le cas où le premier solliciterait le deuxième pour une subvention. La formalisation de ce partenariat reste à déterminer.

Cet accompagnement au projet ne remplace pas et ne vient pas en concurrence avec les missions d'un bureau d'étude. Au contraire, si l'élaboration du projet nécessite une expertise particulière, il pourra être recommandé au maître d'ouvrage de faire appel à un bureau d'études pour l'assister dans l'élaboration de son projet.

II.3 - Animation de démarches collectives

Il s'agit d'impliquer collectivement les acteurs touristiques d'un territoire, ou d'une thématique particulière, avec pour dessein, d'améliorer la prestation globale apportée au client. Ce travail collectif a pour finalités :

- de renforcer les liens entre les prestataires pour les amener à travailler ensemble,
- de consolider leurs compétences professionnelles par des actions de sensibilisation,
- de créer et d'animer des réseaux associant prestataires, collectivités et distributeurs par rapport à des projets ou des thématiques développées par les territoires.

A leur initiative ou suite à des propositions émanant de structures de développement touristique, des territoires ont en effet bâti des stratégies collectives sur des filières et impliquant l'ensemble des acteurs. On peut citer les territoires labellisés Vignobles et Découvertes, le Géopark des Bauges, le Pays d'art et d'histoire des Hautes vallées, les territoires de tourisme adapté...

Ces démarches ne sont pas uniquement mises en place par des institutions aboutissant à des labels auxquels doit adhérer le prestataire. Les cartes Multi activités, proposées l'été dans les stations, sont mises en œuvre au niveau local et sont un très bon outil de fédération des prestataires.

Ce sont dans ces démarches collectives, apparues relativement récemment, que l'on peut développer de l'innovation, des gains de productivité, des capacités à mieux accueillir le visiteur, à construire des offres assemblées ayant une véritable pertinence en termes de distribution.

Aujourd'hui les structures d'ingénierie touristique liées au Département contribuent à l'animation de démarches collectives, souvent de manière informelle et sans vraiment capitaliser leurs expériences. Il y a donc nécessité pour ces structures de mieux identifier leur offre de service et de renforcer leur rôle auprès des maîtres d'ouvrage.

Les démarches collectives aboutissent à des réseaux qui peuvent avoir leur propre animation et autonomie mais qu'il convient d'accompagner pour les consolider par du conseil, de l'information, de la formation et pour faire le lien avec d'autres réseaux.

Cette animation de projets collectifs pourrait être mise en place à la demande du maître d'ouvrage ou à la demande du Conseil général dans le cas où le premier solliciterait le deuxième pour une subvention.

La formalisation de ce partenariat reste à déterminer en étant attentif à ne pas se substituer aux missions que peuvent remplir les bureaux d'études.

II.4 - Visibilité de l'offre et soutien aux outils de mise en marché

Une offre et des produits touristiques qui doivent être visibles et qui doivent déclencher une transformation de séjours, de visites sur le territoire.

Pour exister sur le marché du tourisme, une destination touristique et les produits qui la composent doivent être facilement identifiables et visibles auprès des prospects et des clientèles.

Cette visibilité est aujourd'hui principalement soutenue par les TIC, d'autant plus que le web est devenu l'outil le plus réactif pour communiquer. Et pour être visible sur le web parmi toutes les offres touristiques, l'information mise en ligne doit être à la fois simple mais de très bonne qualité et très bien référencée.

Cette information doit séduire et donner envie au client, en fonction de ses attentes, de s'imaginer et de se mettre en situation puis de venir sur le territoire pour découvrir, pratiquer...

Mais la transformation en séjours ou en visites ne pourra se concrétiser que si l'information donnée projette également le client dans « la consommation » d'un véritable produit (qu'il soit payant ou non). La transformation sera facilitée si les informations dont dispose le client lui permettent facilement de sélectionner et de faire un choix d'activités et/ou d'hébergement, de pratiquer ces activités de manière autonome une fois sur place ou également d'être en mesure de faire une possible réservation auprès du prestataire (hébergement, activités encadrées, visites...).

Une offre touristique en Savoie qui est très riche et diffuse sur le territoire :

Organisée autour du produit ski en hiver et concentrée sur les stations de montagne (glisse et activités de neige, après ski...), l'offre est lisible, structurée et appréhendable pour les clientèles.

Néanmoins, même l'hiver, sur les activités hors ski en station et sur les territoires hors massif, elle doit progresser aussi bien en visibilité qu'en mise en marché.

Sur les saisons printemps, été, automne, l'offre est très diversifiée, complexe et changeante. Les informations simples mais précises et qualifiées sur « les produits » (ex : choix du type d'activités en fonction de l'attente clientèle, contenu de l'activité, prix, accessibilité horaire, temps dédié à la pratique, lieux de pratique, lien avec l'organisation globale du séjour...) remontent difficilement auprès des demandeurs.

Des dynamiques à soutenir :

Pour aider les clientèles à faire un choix et à trouver facilement des produits qui leur correspondent, à organiser leurs séjours, leurs activités ou leurs excursions et déclencher la concrétisation et la transformation auprès du prestataire ou sur un territoire, l'offre doit donc devenir plus visible et accessible.

Cette visibilité et cette mise en marché sont conditionnées par un soutien à différentes dynamiques :

- L'accompagnement des prestataires dans leur **production de produits** correspondant à la demande des clientèles et en facilitant le **maillage entre les différentes offres d'un territoire** ou de plusieurs territoires (hébergements, activités, services, événements...).
- L'accompagnement des prestataires dans la bonne **mise en communication et distribution** de leurs produits (affichage du produit et mise en ligne sur différentes places de marché et de distribution locale, nationale ou internationale).
- L'accompagnement dans l'**intermédiation** avec les Tours opérateurs, Agences de voyages, grands opérateurs, Comités d'entreprises, clubs et associations...

SMBT s'inscrit pleinement dans cette stratégie de visibilité et de mise en marché de l'offre du territoire.

Par ses actions SMBT souhaite optimiser la fréquentation en veillant à sa bonne répartition dans le temps et sur le territoire :

- Associer encore plus étroitement la marque Savoie Mont Blanc aux offres du territoire,
- Renforcer l'attractivité de la destination en « invitant le client à vivre une expérience » à travers un processus de production et de diffusion de contenus à forte valeur ajoutée (sélections d'offres/produits correspondant à la demande de publics cibles, qualité des informations données, marketing territorialisé ...),
- Investir prioritairement le web et les réseaux sociaux (pour une visibilité optimum et amenant des flux de trafics directement vers les prestataires et les territoires).

Les missions de mise en marché seront menées par Loisirs Accueil Savoie (LAS) en complément des actions de promotion menées par SMBT.

Nous retiendrons les différentes actions et missions suivantes, qui concernent indifféremment les clientèles individuelles et groupes :

- Production d'une offre de séjours quand celle-ci n'existe pas en tant que telle sur le territoire (exemple : offre culturelle /concerts entre lacs et montagne) ou constitution d'un circuit touristique de plusieurs jours pour les clubs et associations. Faire émerger une offre touristique méconnue en l'associant à une destination phare du département.
- Accompagnement des prestataires dans la création de produits touristiques, formation et mise en réseau des acteurs (oenotourisme,...).
- Mise en réseau des prestataires, des offices de tourisme et des chargés de développement locaux.
- Mise en marché de l'offre sur différents outils de vente, réalisation de package, lien avec les différents outils existants sur les territoires (place de marché...).
- Mise en marché avec possibilité de vente en ligne d'une offre d'hébergements secs (agrégateur) de type Hôtelier, chambre d'hôtes, hôtellerie de plein air sur un même site de vente afin d'améliorer la visibilité commerciale de ces hébergements à travers le prisme de la destination Savoie Mont Blanc.
- Vente des séjours touristiques pour une clientèle individuelle ou groupes. Ces séjours peuvent répondre à un triple besoin : des territoires (filière pêche de l'albanais), du département (oenotourisme), de Savoie Mont Blanc (cyclotourisme, randonnée...).
- Le traitement des aspects hébergements dans la réalisation de grands événements, de congrès que ne peuvent traiter les opérateurs touristiques locaux et ceci à la demande des collectivités, offices de tourisme : congrès national des sapeurs-pompiers automne 2013, championnat du monde de course d'orientation 2011, d'Aviron (2014/2015)

II.5 - Aide aux investissements

Le contexte concurrentiel actuel fait de la qualité de l'offre et de l'accueil des éléments fondamentaux et décisifs pour maintenir voire gagner des parts de marché. Il est donc nécessaire que collectivités et acteurs privés poursuivent leurs efforts d'investissement. L'aide apportée à cet investissement reste alors cruciale et demeure très attendue des maîtres d'ouvrage.

Depuis 2006, les évolutions réglementaires de construction, de classement, de labellisation et de normes environnementales impactent et alourdissent les projets d'investissement.

Pour faire face à ces évolutions mais également aux nouvelles attentes des clientèles, il est nécessaire de poursuivre l'accompagnement financier des porteurs de projets.

Ces aides financières seront adossées à des critères de durabilité et de qualité, pour des projets emprunts d'une réelle plus value et d'exemplarité.

D'une façon transversale, **les projets seront examinés** au regard des **principaux critères d'analyse suivants** :

- **pertinence touristique** du projet au regard de l'offre existante, du territoire, des attentes des clientèles ...
- **viabilité économique** du projet, prise en compte des budgets prévisionnels de fonctionnement...
- **mise en tourisme**, démarche de commercialisation, évaluation satisfaction clientèle...
- cohérence avec les **politiques publiques locales**...
- intégration de la notion de **confort d'usage** tout public...
- aménagements vertueux d'un point de vue **environnemental**...
- etc....

Afin de prioriser son intervention le Département s'appuiera également sur des **critères qualitatifs** tels que les labels nationaux, les chartes et cahiers des charges départementaux, les classements nationaux, les agréments, les normes et labels de constructions...

Les aides à l'investissement se conformeront aux objectifs **des autres politiques départementales** comme le Plan Climat Energie Territorial ou encore les aides à la performance énergétique des bâtiments. Les projets devront obligatoirement intégrer les garanties usuelles de construction.

III. INTERVENTIONS FUTURES A PRIVILEGIER : LES THEMES PRIORITAIRES

Les objectifs décrits ci-dessus sont à décliner de manière transversale, à la fois sur des périmètres d'intention spécifiques : les stations de montagne et les stations thermales, ainsi que sur des thématiques repérées comme prioritaires pour le développement touristique de la Savoie.

Comme annoncé en avant-propos, il s'agit ici de présenter les principaux éléments de contexte et les premières pistes d'une intervention future du Département. La déclinaison plus fine des modalités d'actions sera exposée dans un prochain document.

III.1 - Structuration de l'offre et des services

Le bilan exposé ci-dessus fait part d'une dynamique de structuration de l'offre considérable en Savoie ces 12 dernières années, notamment due aux investissements soutenus par le Département. Cependant, cet aspect positif de l'intervention départementale sur la situation actuelle ne doit pas conduire à relâcher les efforts. En effet, des améliorations sont attendues de la part des clientèles, notamment en termes de services touristiques qui restent à conforter.

a. Stations de montagne

Les stations de montagne constituent des territoires à forts enjeux pour l'activité touristique de la Savoie. Ainsi, il sera nécessaire de les appréhender de manière spécifique, en privilégiant l'entrée territoriale plutôt que thématique. Ces stations correspondent à des périmètres d'intervention particuliers qu'il conviendra de préserver dans les futures modalités d'action.

Deux aspects spécifiques aux stations de montagne sont considérés ici : le domaine skiable et la présence de travailleurs saisonniers.

- Rappel des enjeux

Concernant l'activité des **domaines skiables**, la plupart des besoins pouvant améliorer l'attractivité des stations petites ou moyennes (par exemples en connectant leurs domaines skiables, ou en aidant les sites isolés à se moderniser) a été traitée dans le cadre du Plan tourisme.

Des difficultés financières persistent sur certains petits sites isolés, notamment les stades de neige périurbains qui n'ont pas fait l'objet d'un volet spécifique du Plan tourisme et qui ne dégagent pas les capacités d'investissement nécessaires pour renouveler leurs équipements.

En outre, l'enjeu majeur aujourd'hui pour certaines collectivités autorités organisatrices est l'arrivée à échéance, prochainement, des contrats de délégation de service public. Pour d'autres, il s'agit d'adapter les modes de gestion et les partenariats aux évolutions de l'économie des contrats.

Quant à la situation des **saisonniers**, l'hébergement reste un enjeu, en particulier les besoins en termes de réhabilitation des logements. Par ailleurs, la mise en relation entre l'offre de logement et la demande doit être améliorée.

- Objectifs de la politique départementale

Le maintien de l'activité ski des stations moyennes est primordial pour l'équilibre économique du territoire ainsi que pour la pérennité globale de l'activité ski (initiation, pratiques moins onéreuses ...).

La qualité de vie des saisonniers doit continuer à faire l'objet d'une attention particulière, et ce tant dans un objectif de bien-être social que pour son impact sur la qualité de l'accueil touristique.

- Interventions futures

L'accompagnement des stations petites ou moyennes dans les évolutions des modes de **gestion des domaines skiables** peut constituer un premier soutien à fort effet levier.

Ensuite, afin d'anticiper les difficultés pour les sites les plus fragiles, une intervention au cas par cas peut être imaginée.

Par ailleurs, l'intervention du Département dans la **gestion des domaines skiables**, de façon directe *via* la Société des Trois Vallées (S3V), la SEMVAL, la SEM des Bauges et SMTV ou indirecte *via* Savoie Stations Participation (SSP) doit perdurer.

Concernant le public **saisonnier**, la mise en relation entre l'offre d'hébergements et la demande doit être améliorée. Plus largement, il convient de soutenir les démarches visant un perfectionnement de leurs conditions de vie.

b. Stations thermales

- Rappel des enjeux

La Savoie est le 3^{ème} département thermal de France en termes de fréquentation avec, en 2012, près de 50 000 curistes.

Outre les bénéfices en termes de notoriété que présente cette activité, le thermalisme constitue un véritable atout de diversification touristique.

La mise aux normes et la modernisation des équipements et installations thermales des quatre établissements de Savoie ayant été réalisées avec l'aide du Plan thermal puis du Plan tourisme, l'enjeu aujourd'hui pour les stations thermales est l'allongement des périodes de fréquentation par la création de nouveaux produits « grand public », orientés sur le « bien-être ».

Un enjeu majeur subsiste également dans la modernisation des hébergements des stations thermales.

- Objectifs de la politique départementale

La stratégie départementale envers les stations thermales vise le confortement de l'activité économique des stations thermales.

- Interventions futures

- Favoriser la mise en tourisme de l'offre « bien-être » et des produits touristiques associés.
- Accompagner la professionnalisation sur la dimension touristique des acteurs du thermalisme, et plus largement, de l'ensemble des acteurs de la station.
- Veiller à la qualité du cadre de vie dans ces stations (accessibilité, cheminement,...).

c. Hébergements touristiques marchands

- Rappel des enjeux

L'hébergement touristique marchand représente l'outil de production du tourisme, vecteur de séjours, de nuitées, d'emplois, de retombées économiques directes et indirectes, et de fiscalité.

Néanmoins, le parc savoyard souffre de son âge et d'une conjoncture très concurrentielle. Les établissements sont confrontés aux mises aux normes, aux attentes de modernité et d'authenticité de la part de la clientèle, à une forte compétition en matière de commercialisation et visibilité.

- Objectifs de la politique départementale

L'objectif est de maintenir les capacités d'accueil et l'attractivité des hébergements touristiques marchands dont l'activité est strictement commerciale.

- Interventions futures

Le Département devra prioriser son intervention en fonction de :

La nature des hébergements:

Seront prioritaires : les centres de vacances du tourisme social et associatif, les hôtels à gestion familiale, les campings et les refuges.

Seront secondaires, pour répondre à des besoins localement identifiés : les chambres d'hôtes, les hébergements à caractère identitaire d'un territoire et sous certaines conditions les hébergements innovants diversifiant l'offre, les meublés de tourisme labellisés.

La nature des projets :

- Montée en gamme dans les classements, opération de modernisation des lits, mise aux normes ;
- Hébergements thématiques en lien avec une filière prioritaire ;
- Hébergements « supra normés », exemplaires ou démonstratifs notamment en matière énergétique (BEPOS) et d'accessibilité dans sa dimension confort d'usage tout public,
- ...

Enfin comme annoncé au chapitre de **l'aide à l'investissement**, les projets seront également examinés au regard des **critères d'analyse** généraux. La problématique propre à chaque type d'hébergement sera également prise en compte.

d. Immobilier de loisir

- Rappel des enjeux

L'hébergement est, avec la qualité du domaine skiable, l'un des principaux critères de satisfaction et de choix d'une destination pour la clientèle. Or,

- 50 à 85% des logements touristiques de nos stations ont plus de vingt ans, et une majorité sont des résidences secondaires appartenant à des propriétaires (de typologie très variable) privilégiant l'usage à la rentabilité ;
- Une part importante de ces appartements ne répond plus aux exigences de qualité de la clientèle actuelle ou potentielle ;
- le parc marchand ancien, non rénové, sort progressivement des circuits de commercialisation traditionnels des stations ;
- les sorties de baux commerciaux au terme des 9 ou 18 ans sont à craindre et rendraient le problème de l'activité économique des stations encore plus aigu.

De manière générale, en matière d'immobilier touristique, le développement en station est aujourd'hui considéré à maturité. Par effet de masse, les efforts se portent sur l'optimisation du parc immobilier et le maintien ou la remise en marché des lits touristiques.

- Objectifs de la politique départementale

Les objectifs sont de trois ordres :

- limiter l'érosion du parc marchand, c'est-à-dire enrayer la sortie des circuits de commercialisation des hébergements actuellement marchands,
- favoriser une rénovation de qualité (labellisation, formation des artisans, etc.), adaptée aux clientèles cibles,
- développer la mise en marché des lits.

- Interventions futures

Concernant l'immobilier de loisir, il est à noter au préalable que la problématique amène à considérer une multitude de réponses qu'il convient de combiner au cas par cas. Ceci peut passer par :

- Limiter l'érosion du parc marchand :
 - la mise en place de politiques propriétaires visant à sensibiliser ces derniers sur l'intérêt de rénover et de remettre dans un circuit commercial le bien, puis les accompagner et les conseiller sur les façons de rénover et de commercialiser ;
- Favoriser des rénovations de qualité :
 - la poursuite du déploiement du label Clévacances tant pour les aspects de qualification / rénovation que pour les circuits de commercialisation ;
 - un dispositif pour accompagner les opérations de réhabilitation des parties communes des résidences et/ou des logements ;
 - le suivi et la prise de participation à des opérations patrimoniales (achat / rénovation / revente) menées aujourd'hui de façon expérimentale par divers opérateurs (EPFL, Foncière...), notamment sur les aspects juridiques et fiscaux ;
- Développer la mise en marché :
 - le soutien à l'organisation de la commercialisation, notamment celle sur le Web à l'échelle de la station ou d'un territoire pertinent.

e. Activités de découverte et de pleine nature

Certains enjeux sont communs à toutes les activités de pleine nature (APN), d'autres sont spécifiques à certaines disciplines. Les préconisations pour la Savoie et le rôle que le Département pourra jouer demain diffèrent selon les filières.

Pour mémoire, les différentes filières sont les suivantes : randonnée, activités nordiques, cyclo, pêche, activités sur corde, activités aquatiques et nautiques et activités aériennes.

- Rappel des enjeux transversaux à toutes les APN

Les APN au sens large, contribuent fortement à l'attractivité estivale de la Savoie. Elles représentent 80% des retombées économiques directes et indirectes du tourisme estival (*sources : étude ATD 2011*). Ces activités sont complémentaires au tourisme hivernal des stations alpines et permettent ainsi de pérenniser les emplois à l'année pour des professionnels pluriactifs.

Les communes de Savoie ont investi dans ce domaine, notamment grâce aux aides du Département. Cependant, les enjeux touristiques des sites de pratique dépassent le simple territoire communal. En effet, les retombées économiques indirectes (hébergement, restauration...) concernent en général un territoire plus vaste que celui de la commune support de l'activité. Ainsi, le transfert de compétence aux intercommunalités en matière d'aménagement des sites de pratique constitue un des enjeux pour les APN en termes de gouvernance.

Par ailleurs, l'entretien des sites est une composante essentielle de la pérennité de la pratique, notamment pour les activités sur corde.

- Objectifs de la politique départementale

Développer les APN et conforter l'offre existante est l'une des principales stratégies de diversification des activités touristiques, notamment pour la période estivale. Elle permet également aux habitants de bénéficier d'une offre d'activités variée et de proximité.

Cette politique contribue à faire découvrir et rendre accessible des sites naturels remarquables qui restent cependant des espaces fragiles et sensibles à la fréquentation qu'il convient de préserver par un développement structuré et maîtrisé.

- Interventions futures

Le travail engagé par le Département pour la création d'une Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires relatifs aux sports de nature (CDESI) et l'élaboration d'un Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires (PDESI), va poser les bases et les conditions de la poursuite de l'accompagnement des sports et activités de pleine nature. Le PDESI intégrera le Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR) en cours de révision.

En termes d'ingénierie touristique :

- Accompagner l'organisation des acteurs pour mieux structurer certaines filières et favoriser leur mise en réseau,
- Privilégier en amont de tout projet d'aménagement, la concertation entre acteurs concernés par le site (propriétaire, maître d'ouvrage, gestionnaire, exploitant, collectivité...) ou impliqués sur des enjeux liés au développement des sports de nature (voirie d'accès, protection de l'environnement, mouvement sportif, usagers).

En termes d'aménagement :

Selon les filières :

- conforter les lieux de pratique existants pour maintenir leur attractivité, pérenniser leur accès et garantir leur qualité,
- développer de nouveaux projets structurés qui répondent à la demande des pratiquants.

Ces aménagements devront contribuer au développement d'une offre en adéquation avec les priorités suivantes :

- o Concernant les pratiques : l'offre APN doit être variée et innovante pour répondre à une demande croissante d'activités à la demi-journée, adaptée à des pratiques différentes (éducative/sportive/ludique) et complémentaire sur un même secteur (car aspiration différente au sein d'un même groupe, ex : famille avec un parent sportif) ;
- o Concernant les types de public : privilégier une offre et des produits à destination des populations permanentes, des publics jeunes et des scolaires pour inciter la population savoyarde à redécouvrir la montagne et à pratiquer des activités sur son territoire et ainsi dynamiser les sites de pratiques ;
- o Concernant les territoires : les projets devront s'appuyer sur les spécificités de chaque territoire afin d'en renforcer l'identité et l'attractivité. Ce développement se veut respectueux de la qualité environnementale des paysages et espaces naturels, atout majeur du tourisme estival en Savoie.

En outre, la Savoie a été pionnière pour développer certains domaines (Via-ferrata, nordique, cyclo et VTT). Il faut conserver cette réactivité en se laissant la possibilité de développer de nouvelles filières pour renouveler l'offre et faire face à l'évolution constante de la demande et des pratiques.

En termes d'équipement :

- Aider les structures à s'équiper en matériel spécifique (pratique des jeunes par exemple).

En termes de communication :

- Rendre visible l'offre d'activités via le Web pour le pratiquant ;
- Renforcer le lien entre SMBT et les maîtres d'ouvrage sur les aspects communication afin d'améliorer la promotion des aménagements.

f. Activités de découverte des territoires

- Rappel des enjeux globaux

Pour une destination touristique dont un des fondements est son identité, les activités qui permettent la découverte de ses particularités sont essentielles. Pour qu'elles jouent leur rôle, elles doivent mettre en avant des spécificités originales, être bien organisées, être innovantes et savoir se renouveler afin de conserver leur attractivité. Parmi ces activités, on peut citer le tourisme culturel avec son volet patrimonial et ses festivals, l'agritourisme, tant les liens entre agriculture et tourisme sont indissociables en Savoie, et également des activités encore embryonnaires comme le tourisme de découverte économique et l'écotourisme.

Tourisme culturel

- Rappel des enjeux :

- Le tourisme culturel concerne autant la population locale que la clientèle touristique : un projet culturel, même à vocation touristique, se définit en lien avec les habitants et le territoire.
- La Savoie est dotée d'une offre importante et polymorphe qui comprend de nombreux lieux de visites patrimoniaux (musées, espaces scénographiques, monuments), des itinéraires de découverte, des festivals (musique, danse...).
- Les efforts doivent donc plus porter sur l'amélioration et la structuration de l'offre, que sur la création de nouveaux équipements.

- Objectifs de la politique départementale

Structurer l'offre de tourisme culturel, assurer son renouvellement et lui donner plus de visibilité.

- Interventions futures

- Systématiser une démarche de faisabilité complète dans les projets de tourisme culturel, de la définition des contenus à la mise en marché.
- Favoriser la mise en réseau des sites, la mutualisation des moyens et la professionnalisation des acteurs.
- Instaurer une démarche qualité sur les sites existants (renouvellement des contenus, animation, médiation...),
- S'assurer de la viabilité du modèle économique, de la capacité à investir régulièrement pour renouveler la scénographie.
- Rendre le tourisme culturel plus attractif en favorisant le développement et la mise en marché de produits touristiques intégrant des offres culturelles, notamment en direction des publics jeunes.

Agritourisme

- Rappel des enjeux

Il existe en Savoie des liens évidents entre le tourisme et l'agriculture (la fréquentation touristique offrant des débouchés pour les productions locales, les activités agricoles contribuant à façonner des paysages qui participent à l'attractivité touristique...).

Le développement de l'offre d'accueil sur les exploitations agricoles se heurte à des contraintes de disponibilités pour les agriculteurs et à un manque d'enjeu économique pour certains exploitants.

- Objectifs de la politique départementale

Développer des formes d'agritourisme innovantes, collectives, en complément des offres d'accueil individuelles sur les exploitations.

- Interventions futures :

- Favoriser des démarches collectives de développement de l'agritourisme fondées sur un positionnement thématique des territoires (gastronomie, oenotourisme, ...) et un travail partenarial entre les collectivités locales, les acteurs institutionnels et les opérateurs privés.
- Favoriser des formes d'agritourisme plus innovantes, basées sur de nouveaux modes/acteurs de médiation (guides, accompagnateurs...) et dans lesquelles les agriculteurs ne sont pas les seuls à valoriser l'agriculture.
- Inciter à la qualification de l'offre et à la mise en réseau via des labels reconnus et développer la professionnalisation des acteurs.
- Favoriser le développement d'une offre d'accueil à la ferme en particulier au niveau de l'hébergement.
- Contribuer à améliorer la qualité des espaces scénographiques existants sur l'agriculture.
- Moderniser la communication sur l'offre agritouristique, via le web et les réseaux sociaux.
- Intégrer l'offre agritouristique dans des produits touristiques assemblés.

Tourisme de découverte économique

- Rappel des enjeux :

Des initiatives individuelles et ponctuelles, non reliées à l'offre touristique.

Des contraintes d'organisation au sein des entreprises pour l'ouverture au public.

Une filière intéressante en termes de positionnement de la Savoie sur une image d'innovation.

Un réel intérêt porté à cette filière de la part des clientèles touristiques et de la population locale.

- Orientations :

- Réaliser un diagnostic préalable à la définition d'une stratégie d'intervention (état des lieux de l'offre, des acteurs, du marché, analyse SWOT, préconisations stratégiques).
- Favoriser le développement d'une offre sur des sites et des thématiques emblématiques.

Tourisme d'affaires

- Rappel des enjeux :

Des villes et des stations en Savoie déjà positionnées sur cette filière.

Une clientèle d'affaires intéressante : qui permet de développer la fréquentation en dehors des saisons touristiques, qui potentiellement peut revenir en séjour d'agrément.

- Orientations :

- Réaliser un diagnostic préalable à la définition d'une stratégie d'intervention (état des lieux de l'offre, des acteurs, du marché, analyse SWOT, préconisations stratégiques).

Ecotourisme

- Rappel des enjeux :

La Savoie possède un potentiel important dans ce domaine avec la présence de nombreux espaces protégés et sites naturels remarquables (Parc national de la Vanoise, réserves naturelles, parcs naturels régionaux).

Une offre qui reste encore insuffisamment valorisée.

- Orientations :

Développer et valoriser l'offre, mettre en réseau des sites et acteurs, développer des outils/supports de médiation.

g. Projets expérimentaux et/ou innovants

- Rappel des enjeux

La Savoie manque de projets innovants et expérimentaux. Le développement du tourisme, en particulier l'hiver, a été fondé sur un process quasi-industriel, qui a bien fonctionné, dans l'optique de proposer très rapidement et massivement une offre à une clientèle qui accédait aux loisirs de montagne. De cette période ont été conservées des habitudes et une tendance à reproduire des méthodes qui ont fait leurs preuves. De ce fait, l'innovation est moins mise en avant que dans des territoires où le développement du tourisme est moins facile.

L'innovation n'est pas forcément technologique comme cela a été le cas il y a quelques années avec Internet et les applications embarquées sur téléphone mobile. Elle peut aussi concerner des processus et/ou des organisations. Par exemple, elle peut mettre en relation un produit et la clientèle ciblée ou encore réinventer une prestation pour la diffuser à un public qui la pensait inaccessible.

- Interventions futures
 - Organiser une veille sur l'innovation touristique,
 - Intégrer de l'innovation dans tous les projets accompagnés par le Conseil général,
 - Adapter les critères départementaux pour financer des projets présentant une véritable innovation,
 - Être attentif à la viabilité économique du projet,
 - Valoriser le projet du fait de son caractère innovant sur le site Web de SMBT,
 - Communiquer régulièrement par les relations presse sur l'ensemble des projets innovants de Savoie,
 - Valoriser l'innovation dans les Trophées de Savoie.

III.2 - Fluidité du parcours du client en Savoie

- Rappel des enjeux

La politique des transports et la stratégie numérique ne sont pas exclusives à un développement touristique mais concourent fortement à l'amélioration de la convénience du visiteur, élément repéré comme prioritaire dans les nouvelles orientations du SDT.

a. Intermodalité

- Objectifs de la politique départementale

L'objectif du Département en matière de transports touristiques est double : à la fois améliorer l'accessibilité des stations en hiver et favoriser l'utilisation des transports en commun pour se rendre sur les destinations touristiques et ainsi fluidifier le réseau routier.

- Interventions futures

Les actions conduites par le Département à poursuivre et amplifier :

- le site internet « Mobisavoie » est à développer dans le sens d'une offre intermodale en mettant en place de la vente combinée, par exemple : train + car ;
- la collaboration avec les acteurs locaux et institutionnels dans l'élaboration de Plans de Déplacement Station (saisonniers, touristes, habitants), prenant en compte de manière globale les transports et déplacements à l'échelle d'un territoire station ;
- le travail avec des partenaires comme SMTB pour rendre visible les outils et services développés et collaborer sur les attentes des clientèles ;
- Enfin, concernant les nouveaux projets d'aménagements et équipements notamment situés en station, une attention particulière sera réservée à la problématique des modes de déplacements à l'échelle du pôle touristique ou de la station (accès, stationnements, transports, cheminements....).

b. Signalétique touristique routière

- Objectifs de la politique départementale

Renforcer l'attractivité des sites et leur accès par la mise en place d'une signalétique touristique routière adaptée.

- Interventions futures

Les modalités de mise en œuvre seront définies dans le schéma directeur de signalisation touristique qui fera l'objet d'une actualisation prochainement.

c. Stratégies numériques

- Objectifs de la politique départementale

En 2010, le Département s'est doté d'un plan numérique afin de répondre à l'objectif stratégique de couverture numérique du territoire par la fibre optique à l'horizon 2020.

L'intérêt pour le tourisme en Savoie est de réduire la fracture numérique et d'amener des offres de qualité sur le segment de marché des entreprises (centrales de réservation, etc.) ainsi que grand public (offres saisonnières).

- Interventions futures

Ainsi, le Conseil général doit veiller à ce que **les secteurs touristiques bénéficient d'une bonne couverture numérique.**

Il s'agit aussi de **favoriser les outils basés sur les nouvelles technologies** et ainsi accompagner cette transition vers le numérique.

L'accompagnement serait de 2 ordres :

- D'une part, apporter un appui à la **professionnalisation de certains acteurs** afin qu'ils utilisent davantage ces technologies dans la construction d'une valeur ajoutée à leur offre, et que plus largement, ils contribuent à l'image de la destination.
- Et d'autre part, accompagner le **développement de produits spécifiques** de qualité et adaptés aux différents segments de clientèle, notamment pour les publics jeunes, avec des outils interactifs (actes d'achat, avis en ligne, téléchargements, cartes interactives, systèmes en réseau, comparaisons de performances...).

III.3 - Identité et sens de la destination

Imaginaire collectif de la destination :

L'univers de la montagne s'est progressivement élevé au cours du XXe siècle, au cœur d'un mythe qui a sublimé ces territoires dans l'imaginaire collectif.

Ce mythe a sans doute atteint son apogée dans les années 50 et 60 avec les exploits des français en Himalaya puis les réussites des athlètes aux Jeux Olympiques de Grenoble en 1968.

Cette image de la montagne s'est sans nul doute diluée aujourd'hui, confrontée qu'elle est, à un "paysage médiatique" omniprésent et surabondant.

L'image de la montagne a donc sans doute subi une banalisation. La revalorisation de l'image de la montagne, indispensable à la relance d'une fréquentation à l'année de ces territoires passe nécessairement par :

- Des actions collectives à l'échelle des grands massifs,
- Une mobilisation des acteurs politiques du monde du tourisme et surtout des habitants,
- Une protection accrue des milieux et des paysages.

Un certain nombre de territoires ont déjà réalisé des travaux d'étude et de réflexion sur les signes qui caractérisent un territoire dont ils font émerger la personnalité.

Ces travaux se sont attachés à :

- être un outil de différenciation des autres territoires
- ne pas réduire la notion d'identité aux éléments du passé mais la considérer dans une dynamique de construction permanente
- valoriser les contenus faisant sens pour les habitants
- être inscrit dans une démarche participative avec les acteurs du tourisme et du développement des territoires, des experts
- être approprié par les habitants

Un travail en profondeur sur l'identité de la destination Savoie Mont Blanc reste à faire. Il permettra d'identifier les éléments de singularité de la destination, utiles pour sa communication. C'est pour cette raison, ainsi que celles relatives à leur histoire commune qu'il doit également concerner la Haute-Savoie. Il sera un outil de différenciation, d'appropriation par les habitants, leur permettant ainsi de renforcer leur rôle d'ambassadeur de la destination. Un tel travail ne se réduit pas au champ du tourisme car il touche toutes les facettes du territoire : il prend en compte l'histoire, la géographie, la sociologie, l'économie...

IV. MISE EN ŒUVRE ET SUIVI

IV.1 - Outils financiers

Le Conseil général contribue de longue date au bon niveau d'équipement touristique de la Savoie. D'importants dispositifs d'aide ont été proposés par le Département, le dernier étant le Plan tourisme sur la période 2007–2015. Cette politique facultative, volontariste et ambitieuse en faveur du tourisme bénéficie tant aux partenaires publics que privés.

Alors même qu'émergent de nouveaux défis sociaux et environnementaux, d'aménagement territorial et de développement économique, dans un contexte durablement marqué par la raréfaction des fonds publics, le Conseil Général a engagé en février 2012 un chantier stratégique de redéfinition de ses politiques d'intervention, tant sur leurs contenus que sur leurs modalités de mise en œuvre. L'enjeu est de pouvoir proposer des réponses toujours mieux adaptées aux besoins concrets des Savoyards, en étant au plus près des territoires.

L'actualisation du SDT s'inscrit pleinement dans ce cadre. Les outils financiers de mise en œuvre du SDT seront différenciés en fonction du type de projet et de sa pertinence vis-à-vis de la stratégie territoriale locale.

- **Actions territorialisées**

L'approche territoriale constitue désormais, avec le vote de la réforme des aides, le nouveau cadre de réflexion privilégié pour répondre aux enjeux de développement touristique.

Depuis leur création en 2004, les Contrats Territoriaux de Savoie sont l'outil privilégié du Département pour accompagner la structuration des territoires et soutenir les projets de développement. Ils sont une réponse adaptée à la spécificité de chaque territoire, tout en permettant de répondre aux priorités fixées par le Conseil général. Ils permettent de financer tant des actions de fonctionnement que d'investissement.

Maintenant dotée d'un volet « libre » et d'un volet « imposé » avec une gouvernance redéfinie, une **nouvelle génération de contrat territorial** va être déployée à compter du premier semestre 2014 sur les sept territoires qui composent la Savoie.

- **Actions de niveau départemental**

De longue date le Département soutient financièrement un certain nombre d'associations touristiques dans leurs actions de fonctionnement via un **fonds tourisme**. Le SDT actualisé va permettre de prioriser l'intervention du Département en fonction des critères suivants :

- structures qui contribuent à la mise en œuvre de la politique du Conseil général,
- structures qui fédèrent les acteurs d'une filière prioritaire,
- structures qui regroupent des adhérents d'une marque ou d'un secteur d'activité et qui possèdent une ingénierie afin de développer et qualifier l'offre.

Les hébergements touristiques marchands banalisés sont une des pierres angulaires de l'offre touristique. Les dispositifs d'aide à la pierre, toujours très fortement dotés par le Département, vont être maintenus dans le cadre de la réforme et ainsi bénéficier d'un **programme spécifique « hébergements touristiques »**.

Les opérations d'investissement telles que les voies vertes, le patrimoine, les grands sites ainsi que les opérations de fonctionnement, les Plans jeunes, Comités et associations sportifs, le spectacle vivant **vont bénéficier de programmes départementaux** spécifiques.

Le Département est également acteur dans la **gestion de certains domaines skiabiles**, soit de façon directe via S3V, la SEMVAL, la SEM des Bauges et le SMTV, soit de façon indirecte via SSP.

Ces outils de gestion génèrent, pour certains, des recettes sous forme de dividendes (cf. bilan financier) et d'autres engagent le Département de manière pluriannuelle sur des programmes d'investissement qui par la suite pourront produire des dividendes.

- **Actions bi-départementales**

Troisième et dernier niveau d'intervention pour ce qui relève des compétences déléguées à l'Assemblée des Pays de Savoie en matière de tourisme.

Outre le fonctionnement de Savoie Mont-Blanc Tourisme, l'APS subventionne des associations qui contribuent au développement de l'offre de séjour en Savoie (GTA, SHSJ), ainsi que des manifestations qui répondent à la stratégie de marque de SMBT (la Grande Odyssée Savoie Mont-Blanc, la coupe du monde d'aviron ...).

Ce panel d'outils financiers ne doit pas masquer une nécessaire **adaptabilité pour financer des actions d'innovation** ou d'expérimentation au niveau départemental. En effet, à ce jour, elles ne pourraient être accompagnées en l'état, faute de dispositif adéquat. De même il ne faudrait pas exclure la possibilité d'une **aide ponctuelle exceptionnelle** en cas de défaillance grave sur un domaine skiable de station moyenne ou d'un stade de neige.

IV.2 - Outils de suivi

- **Evaluation**

Selon une définition communément admise, « l'évaluation d'une politique publique a pour objet d'apprécier l'efficacité de cette politique en comparant ses résultats aux objectifs assignés et aux moyens mis en œuvre » (décret n°98-1048 du 18 novembre 1998 relatif à l'évaluation des politiques publiques).

Au-delà d'une réponse à des impératifs de rationalisation budgétaire, l'évaluation des politiques publiques permet de répondre à un ensemble de défis posés aux collectivités qui appellent de nouvelles formes de légitimation des décisions et de mobilisation des énergies face à un souci de transparence et d'exigence accrue de la part des citoyens. En effet, l'évaluation n'est pas seulement une question technique, elle est aussi et surtout un outil politique au service de l'intérêt général dans un contexte de raréfaction budgétaire.

Evaluer une politique, dans quelque domaine que ce soit, nécessite au préalable d'énoncer clairement cette politique et les objectifs qu'elle poursuit. Et, au sein même de cette politique qui se crée, il faut prévoir les outils qui permettront de l'évaluer à intervalles réguliers.

Ainsi, il s'agira, pour chaque thématique prioritaire retenue dans le cadre des futures interventions du Département en matière de tourisme, de définir un ou plusieurs indicateur(s) permettant d'apprécier l'efficacité de la politique publique, puis sa pertinence.

La prochaine étape de travail relative à l'écriture des modalités de mise en œuvre des nouvelles orientations du Département en matière de tourisme s'attachera donc à définir une méthode d'évaluation de la politique départementale.

Cette évaluation s'appuiera notamment sur les données du Centre de ressources Tourisme, outil mis en œuvre et financé dans le cadre du Plan tourisme et hébergé par Savoie Mont Blanc Tourisme. Les données ainsi recueillies pourront ensuite être analysées grâce à l'expertise méthodologique de Mission Développement Prospective (MDP), sur la base de critères et indicateurs à la fois qualitatifs, quantitatifs et financiers. Sur ce point, une attention particulière sera portée sur l'effet levier des aides départementales dans la mobilisation des fonds structurels européens.

- **Veille**

L'AFNOR (Association française de normalisation) définit la veille comme une « activité continue et en grande partie itérative visant à une surveillance active de l'environnement technologique, commercial, etc., pour en anticiper les évolutions ».

Pratique courante devenue incontournable pour bon nombre d'acteurs économiques comme publics, la veille vise à répondre aux différentes attentes en information des décideurs, pour leur permettre de s'adapter ou d'anticiper les évolutions de leur environnement externe. Les entreprises comme les administrations ont donc progressivement intégré les démarches de collecte, de traitement et d'analyse de l'information ouverte, pour mieux comprendre et connaître leur environnement, qu'il soit concurrentiel, scientifique et technologique, financier ou encore stratégique.

Il s'agira ainsi, dans le cadre de la mise en œuvre des orientations du nouveau SDT, d'adopter une démarche de veille par rapport à l'évolution de la concurrence, des attentes des clientèles, du contexte juridique, etc. mais aussi de garder l'esprit ouvert et curieux sur les innovations, les expérimentations et les nouvelles dynamiques émergeant sur le territoire de la Savoie et surtout au-delà.

Annexes

Annexe I : Méthodologie et calendrier de travail

Annexe II : Glossaire

Annexe III : Principales sources de documentation et de données

Annexe IV : Encarts – détail de certains principes

Annexe V : Fiches bilan

ANNEXE I.1 : Actualisation du Schéma Départemental du tourisme

METHODOLOGIE RETENUE

Pour l'accompagner dans ses travaux, la 5eme commission a sollicité :

- le Service Montagne et Tourisme de la Direction des Politiques Territoriales
- l'Agence Touristique Départementale

Ce travail a été mené sur un mode partenarial avec :

- les autres directions du Conseil général concernées
- les partenaires du Département impliqués par le développement touristique

Etapes de travail :

- **Bilan** de la politique en faveur du tourisme : octobre – novembre 2012
- Préparation d'un **séminaire technique** : décembre 2012
- Travaux sur les propositions de **nouvelles orientations** : janvier – mars 2013
- **Rédaction** du document : avril 2013
- Première phase de **concertation** : juin 2013
 - ⇒ Rencontre des TDL
 - ⇒ Rencontre avec les territoires
 - ⇒ Rencontre avec les socioprofessionnels pour les activités de pleine nature
 - ⇒ Séminaire tourisme sur 1/2 journée
- **Adoption** en Assemblée départementale : juin 2013
- Définition des **modalités d'intervention** : juillet – octobre 2013
- Seconde phase de **concertation** : septembre 2013
 - ⇒ Rencontre avec les socioprofessionnels (hébergeurs, stations, découverte des territoires)
 - ⇒ Possible réunion d'une inter-commission tourisme de l'APS
- **Adoption** en Assemblée départementale des modalités d'intervention : décembre 2013
- **Mise en œuvre**: décembre 2013 - premier trimestre 2014

Les éléments déterminants :

- l'implication forte des élus (5ème Commission, groupe Montagne ...),
- un travail collaboratif avec les directions du Conseil général et ses partenaires ,
- une attention portée aux expériences externes à la Savoie.

ANNEXE I.2 : Actualisation du Schéma Départemental du tourisme

CALENDRIER DE TRAVAIL

| Date | Interlocuteur | Objet |
|-------------------------|--|--|
| 21 septembre 2012 | 5eme commission | Décision de réviser la politique Montagne et Tourisme du Département |
| 01 octobre 2012 | 5eme commission | Présentation et adoption du calendrier et de la méthode Présentation du poids économique du tourisme en Savoie |
| Octobre 2012 | Réunions avec les partenaires du Cg : SMT/ATD/ASADAC/SMBT/M DP/LAS | Présentation du calendrier et de la méthode Définition méthode données bilan/ co-élaboration |
| Octobre 2012 | Réunions inter direction du Cg : DEP/DESJ/DAMP/DR/DAC/ SAAE | Présentation du calendrier et de la méthode Réflexion méthode données bilan/ co-élaboration |
| Novembre 2012 | Réunions avec les partenaires du Cg : SMT/ATD/ASADAC/SMBT/M DP/LAS | Préparation du séminaire technique sur le tourisme |
| 9 novembre 2012 | Groupe montagne | Information du choix de la révision de la politique Montagne et Tourisme du Département Présentation et adoption du calendrier et de la méthode |
| 10 décembre 2012 | 5eme commission | Présentation et adoption du Bilan de l'action du Département en matière d'offre touristique Présentation du calendrier et de la suite des travaux |
| 20 décembre 2012 | Séminaire technique sur le tourisme en Savoie (10 structures partenaires invitées 45 personnes présentes sur les 55 invités) | Séminaire tourisme, 4 ateliers : travaux par atelier sur les enjeux et nouvelles orientations de la politique tourisme |
| 14 janvier 2013 | 5eme commission | Présentation et adoption du Bilan de l'action du Département en matière de structuration des acteurs Présentation et adoption du calendrier pour la suite des travaux |
| Janvier et février 2013 | Réunions avec les partenaires du Cg : SMT/ATD/ASADAC/SMBT/M DP/LAS | Travaux sur les propositions issues des ateliers du séminaire et réflexions pour les nouvelles orientations |
| 18 février 2013 | 5eme commission | Présentation et adoption des propositions de nouvelles orientations politiques Présentation du calendrier pour la suite des travaux |
| Mars 2013 | Réunions avec les partenaires du Cg : SMT/ATD/ASADAC/SMBT/M DP/LAS | Travaux sur les futures interventions – déclinaison par thème |

| | | |
|---------------|---|---|
| 21 mars 2013 | Réunions inter direction du Cg DEP/DESJ/DAMP/DR/DAC/SA AE | Présentation des nouvelles orientations de la politique tourisme et échanges sur les futures interventions à privilégier |
| 5 avril 2013 | Groupe montagne | Présentation et adoption du Bilan de l'action du Département en matière d'offre touristique et de structuration des acteurs Présentation et adoption des propositions de nouvelles orientations politiques |
| 22 avril 2013 | 5eme commission | Présentation et adoption du calendrier et de la suite des travaux à conduire après la réunion de l'Assemblée départementale du 24 juin |



ANNEXE II : Glossaire

- **APN** : Activité de pleine nature
- **APS** : Assemblée des Pays de Savoie
- **ASADAC** : Agence Savoyarde d'Aménagement, de Développement et d'Aide aux Collectivités
- **ATD** : Agence touristique départementale
- **CDESI** : Commission départementale des espaces, sites et itinéraires
- **CG** : Conseil général
- **CIAP** : Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine
- **CTS** : Contrat territorial de Savoie
- **DSF** : Domaines Skiables de France
- **DSP** : Délégation de service public
- **EPFL** : Etablissement public foncier local
- **FACET** : Fonds d'aides aux collectivités pour leurs équipements touristiques
- **FACIM** : Fondation pour l'action culturelle internationale en montagne
- **GTA** : Grande Traversée des Alpes
- **LAS** : Loisirs Accueil Savoie
- **PDESI** : Plan départemental des espaces, sites et itinéraires
- **PDIPR** : Plan départemental des itinéraires de promenades et randonnées
- **PNR** : Parc naturel régional
- **PSD** : Promenade savoyarde de découverte
- **ORIL** : Opération de réhabilitation de l'immobilier de loisir
- **SDT** : Schéma départemental du tourisme
- **SEM** : Société d'économie mixte
- **SEMVAL** : Société d'économie mixte de Valmeinier
- **SHSJ** : Savoie Haute Savoie Junior
- **SITRA** : Système d'information touristique de Rhône-Alpes
- **SMBT** : Savoie Mont Blanc Tourisme
- **SMTV** : Syndicat Mixte Thabor Vanoise
- **SSP** : Savoie Stations Participation
- **S3V** : Société des Trois Vallées
- **TIC** : Technologie de l'information et de la communication
- **UDOTSI** : Union départementale des offices de tourisme et syndicats d'initiative
- **UTN** : Unité touristique nouvelle

ANNEXE III : Principales sources de documentation et de données

- Atout France, Les carnets de route de la Montagne, 2011
- Atout France, Panorama du tourisme de la montagne Cahier n°1 : l'offre et la fréquentation, 2012
- INSEE, lettre n°131, Economie présentielle stimulée par la croissance démographique et le tourisme, septembre 2010
- ECKERT C., Rapport à l'Assemblée départementale au nom de la Commission des finances, de l'économie générale et du contrôle budgétaire sur le projet de loi de finances pour 2013, Annexe n°20 Economie tourisme, 2012
- MDP, Etude sur l'impact économique du tourisme en Savoie, 2010
- Reval G. et Willy Fouchs W., Etude sur l'analyse des comportements de la clientèle en Savoie Mont Blanc, LHM G2A, 2012
- PECQUEUR B. et TALANDIER M., Des espaces de développement résidentiel et touristique, état des lieux et problématiques, Revue Territoires 2040 n°3 de la DATAR, 2012
- FACIM, Vivre en montagne en 2050, trois démarches prospectives, 2011
- MIQUEL F., MOUGEY J. et RIBIERE G., Rapport sur la réhabilitation de l'immobilier de loisirs en France, Février 2010
- Agence touristique départementale de la Savoie, Les activités de pleine nature en Savoie et leurs retombées pour le tourisme et les loisirs, 2011
- Pôle ressource Sports de Nature, Guide pratique, pour un développement maîtrisé des sports de nature : les PDESI et CDESI, 2005
- Atout France, Les retombées économiques des domaines skiables des stations de Rhône-Alpes, 2012. (en partenariat avec Savoie Mont Blanc Tourisme, Rhône-Alpes Tourisme, Domaines Skiables de France et la Caisse des Dépôts et Consignations)
- JEGOUZO L., Le Droit du Tourisme, 2012
- Observatoire de Savoie Mont Blanc Tourisme
- Direction des affaires financières et juridiques - Conseil général de la Savoie

ANNEXE IV.1 : Appropriation par les habitants

Le tourisme implique une visite, une pratique d'un territoire vécu, portant une identité, dont l'acteur principal est l'habitant.

Ces valeurs transparaissent dans de nouvelles tendances touristiques telles que le tourisme dit « durable », l'écotourisme, ainsi que le développement du tourisme participatif.

L'habitant porte à travers lui plusieurs rôles qui façonnent alors une destination touristique :

- *L'habitant est le premier utilisateur de la destination (démarche d'appropriation)*

La frontière est ténue entre les notions de « loisirs » et de « tourisme » : un habitant fait partie intégrante des attentes touristiques. Ses volontés concordent avec celles des visiteurs et il apporte une attention accrue à son cadre de vie, qu'il veut valoriser (cheminements piétons, commerces ouverts 7 j/7, accès aux services, transports,...). De ce fait, il participe à la valorisation de l'environnement touristique à travers son activité, sa fréquentation et les ressources qu'il redistribue directement et indirectement au territoire.

- *L'habitant au cœur de la vie touristique*

A travers la vie associative, les fêtes de villages, la décoration de l'espace privatif (fleurissement,...), l'habitant participe pleinement à l'animation et à la vitalité touristique d'un lieu. Outre le fait non négligeable qu'une partie conséquente de l'emploi touristique est de nature « locale », l'implication de l'habitant peut se révéler à travers des tendances modernes telles que l'écotourisme ou encore le tourisme participatif. Ces formes de tourisme ont pour vocation la refonte des relations, des rôles entre les touristes et les résidents : ils engendrent des phénomènes nouveaux comme celui des « couchsurfers » (accueil gratuit chez l'habitant des touristes de passage) ainsi que des « gleeters » (découverte conviviale du territoire, non rémunérée, par les habitants eux-mêmes). Ou plus classiquement, avec la montée en puissance de l'accueil à la ferme, des maisons et chambres d'hôtes. Ils révèlent en tout cas les besoins d'authenticité, de partage et un rôle accru du résident dans l'univers touristique territorial.

- *L'habitant se trouve être un véritable ambassadeur de son territoire,*

Il est l'ambassadeur de son territoire mais aussi un puissant vecteur de communication. L'habitant peut être protagoniste dans l'établissement d'une « marque » territoriale, dans la renommée d'une station touristique (exemple, le champion de ski). L'habitant est aussi ambassadeur de la vitalité économique de son territoire. Il fait partie intégrante d'une politique d'accueil, tel un loueur de meublé qui optimise le remplissage de sa station en s'inscrivant dans des politiques de rénovation de l'hébergement et de qualité. Enfin, en connaissant la puissance du bouche à oreille (60 % des habitants de Savoie ont des origines exogènes) et avec l'avènement des réseaux sociaux, il devient promoteur de la destination lorsqu'il partage sur la toile une information, une humeur, une photo, etc.

Ainsi, sous ces différentes facettes, l'habitant est au même titre que le visiteur, au cœur des considérations dans la structuration touristique d'un territoire.

ANNEXE IV.2 : le confort d'usage tout public

Alors que seulement 5% des Français sont atteints d'une déficience physique reconnue comme telle (notion de handicap) avec ses besoins en offres spécifiques, 35 % de la population française a des besoins plus vastes en termes d'offres « adaptées » en fonction de leurs conditions et aptitudes (enfants, parents avec poussette, séniors...).

Au niveau national, il existe des standards et les textes de loi qui sont des outils nécessaires et enrichissants sur l'accessibilité. Il est cependant indispensable de proposer aux porteurs de projets une lecture et une ouverture sur ces textes pour une application plus ouverte et attractive, au-delà du handicap reconnu.

Il est en effet nécessaire de développer et produire des offres durables et qualitatives correspondant aux attentes et besoins de tous les types de populations, qu'elles soient touristiques ou locales.

Les aptitudes des usagers (sensorielles, motrices et cognitives) déterminent le possible et les limites des échanges avec les différents environnements de vie. Elles varient en fonction des individus (âge, taille, capacité motrice ...).

Ce sont elles qui offrent donc des repères et critères fondamentaux dans la construction et l'évaluation des projets et des prestations touristiques en fonction des clientèles ciblées.

L'objectif final de nos actions et du développement d'offres adaptées est le confort de l'utilisateur. Cette nouvelle politique nous engage à participer activement et collectivement à une prise en compte plus affirmée des critères fonctionnels inhérents à la problématique.

D'une façon transversale, répondre qualitativement et de façon comprise aux besoins et attentes de nos populations touristiques et locales est une nécessité socio-économique croissante.

Positionner le confort d'usage comme une clef d'entrée systématique et effective c'est :

- Placer l'**usager**, au regard de ses aptitudes, au **centre de nos commandes** et de nos stratégies. Les choix techniques (assise de sentier, mise en page flyer...) de nos projets doivent être pris en fonction de la cible de clientèle principale, sans alternative.
- Affirmer la nécessité de **développer une culture** de l'usage, en relevant le curseur de notre stratégie et de nos compétences.
- Encourager une culture de **l'initiative et de l'innovation** afin d'offrir des produits attractifs pour tous.
- Prendre **l'accessibilité comme n'étant pas une question de handicap** (normes, label = outils)

ANNEXE IV.3 : les différents labels et classements

De nombreuses démarches pouvant aboutir à un label ont une dimension touristique. Parmi ceux-ci, on peut citer :

Qualité Tourisme®, la marque de qualité de la destination France. Qualité Tourisme® est une marque qui fédère les démarches qualité rigoureuses engagées par les professionnels du tourisme dont l'objectif est la qualité du service pour la satisfaction du client. Pour cela dès 2005, l'État a créé la marque Qualité tourisme® dont bénéficient aujourd'hui près de 4 500 établissements en France.

Le classement Stations touristiques® : il est basé sur les services touristiques (hébergements, offices de tourisme, prestations) d'une commune touristique.

Station verte de vacances® : le label est attribué aux communes de moins de 10 000 habitants proposant une offre permanente et organisée de loisirs, office de tourisme ou syndicat d'initiative, au moins 200 lits en hébergements variés, équipements de loisirs, espaces de découvertes : nature, visites, produits à déguster.

Les labels concernant l'accueil de la clientèle dans les hébergements :

Le classement en étoile des hébergements, hôtels, campings, résidences de tourisme, meublés de tourisme...

Camping qualité® : il détermine des critères de qualité pour les aménagements des campings.

Gîtes de France®, Clévacances®, Accueil Paysans : ils concernent les meublés et chambre d'hôtes et les classent sur plusieurs niveaux en fonction des aménagements proposés.

Bienvenue à la ferme® : le label est attribué aux agriculteurs accueillant les visiteurs dans leurs exploitations.

Logis de France® : il garantit des aménagements et des services dans les hôtels labellisés.

Tourisme & handicap : il garantit l'accessibilité des lieux en répondant à un cahier des charges rigoureux.

Gîtes Panda® : il concerne les gîtes ruraux, les chambres d'hôtes ou les gîtes de séjour, qui agissent pour la protection de la nature et sensibilisent le public aux problématiques de développement durable.

Les labels témoignant de démarches de qualification locale d'un territoire par rapport à un thème :

Villes et villages fleuris® : le label est attribué aux communes s'engageant dans des démarches en faveur du fleurissement, de l'amélioration du cadre de vie et du développement durable.

Vignoble et Découverte® : il concerne des territoires s'engageant dans des démarches de valorisation de l'oenotourisme impliquant les viticulteurs, hébergeurs, restaurateurs et prestataires d'activité sur un périmètre cohérent.

Geopark : il est attribué aux territoires mettant en valeur leur patrimoine géologique par des actions de conservation des géosites, mise en tourisme, professionnalisation des acteurs.

Villes et pays d'art et d'histoire® : c'est un label officiel français attribué par le Ministère de la Culture et de la Communication aux communes ou pays qui s'engagent dans une politique d'animation et de valorisation de leurs patrimoines.

Station nautique® : il est attribué à des territoires s'engageant dans des démarches de mise en réseau des professionnels du nautisme et de mise en tourisme des activités.

Les labels en faveur de l'accueil des familles :

Famille plus® : les sites labellisés s'engagent à mettre en œuvre des moyens spécifiquement à destinations des familles, dans "l'accueil et l'information, les animations de la commune, les activités, la découverte et la sensibilisation à l'environnement et aux patrimoines, l'hébergement, la restauration et les commerces et services, les équipements, les transports et la sécurité, des tarifs adaptés aux familles et/ou aux enfants".

Famille Family® : Désigne les lieux (hébergement, culture, restauration, loisirs...) où l'on trouve des équipements adaptés aux moins de 12 ans : jeux, poussettes, lits bébé, chaises hautes, menus spécifiques et même des sièges auto dans les taxis.

Les labels concernant des sites touristiques :

Les Plus Beaux Détours de France® : il valorise les petites villes touristiques de 2 000 à 20 000 habitants, ayant un même objectif de développement durable d'une activité touristique de qualité.

Chefs-d'œuvre du patrimoine mondial® : il concerne les sites ayant une valeur universelle exceptionnelle qui satisfassent au moins un des dix critères de sélection de chefs d'œuvre "naturels ou culturels".

Les Plus Beaux Villages de France® : il promeut es arguments touristiques de petites communes rurales riches d'un patrimoine de qualité. En juillet 2012, elle comptait 157 adhérents, commune ou village.

Grand Site de France® : Grand site de France est un label, décerné par le ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie, qui vise à promouvoir la bonne conservation et la mise en valeur des sites naturels classés français de grande notoriété et de très forte fréquentation.

Les labels certifiant une approche environnementale :

Flocon vert® est un label garantissant l'engagement durable des destinations touristiques de montagne.

Perle des Alpes® met en avant la promotion de la Mobilité Douce, en offrant aux clients la possibilité d'arriver et de repartir sans voiture, d'utiliser facilement les transports en commun sur place, et de profiter d'une gamme variée d'offres de loisir respectueuses de l'environnement.

La Clef verte® : La clef verte (Green Key) est accordée par la Fondation pour l'éducation à l'environnement aux gestionnaires d'hébergement touristique qui s'engagent à minimiser leur impact sur l'environnement.

Pavillon bleu® : Le Pavillon Bleu est un écolabel ayant une forte connotation touristique qui distingue les communes et ports de plaisance français qui mènent une politique de recherche et d'application durable en faveur d'un environnement de qualité.

Écolabel européen : Décerné aux hébergements, il garantit une gestion saine et rationnelle de l'énergie et de l'eau, notamment. Traitement des déchets, des détergents et plus largement des substances chimiques doivent aussi être pris en compte par les logements pour prétendre à la certification.

Agir pour un tourisme responsable (ATR) : Ce label est attribué aux acteurs qui souhaitent sensibiliser les voyageurs à des vacances respectueuses de l'environnement et du patrimoine local. La redistribution équitable des retombées économiques est également un critère important pour pouvoir prétendre à la certification.

La certification ISO :

Les Normes internationales sont des outils stratégiques et des lignes directrices destinés à aider les entreprises à relever les défis les plus urgents pour l'économie moderne. Elles garantissent l'efficacité optimale des opérations commerciales, augmentent la productivité et aident les entreprises à accéder à de nouveaux marchés. Elles apportent en particulier :

- Economies de coûts
- Renforcement de la satisfaction clientèle
- Accès à de nouveaux marchés
- Augmentation des parts de marché
- Avantages environnementaux

Dans le milieu touristique les normes ISO les plus utilisées sont la norme ISO 9000 concernant les systèmes de management de la qualité et la norme ISO 14000 liée au management environnemental.

Labels concernant la qualité de construction des bâtiments :

BEPOS-Effinergie® : c'est une appellation visant à identifier les bâtiments dont les très faibles besoins énergétiques contribuent à atteindre les objectifs de 2050 : réduire les émissions de gaz à effet de serre par 4.

Minergie-P® : c'est un label d'efficacité énergétique qui s'applique aux bâtiments neufs ou rénovés. Il garantit aux bâtiments confort, économie, performance énergétique, qualité de construction, préservation de l'environnement.

HPE® : Le label « Haute performance énergétique rénovation » récompense la démarche volontaire de maîtres d'ouvrage désireux de réaliser une opération de rénovation performante, voire très performante, du point de vue énergétique. Son utilisation par les maîtres d'ouvrage leur permet d'anticiper sur les objectifs du Grenelle de l'environnement à l'horizon 2020 pour les bâtiments existants.

Qualibat est un organisme de qualification et de certification des entreprises du bâtiment. Il a pour mission d'apporter aux clients et maîtres d'ouvrages des éléments d'appréciation sur les compétences professionnelles et les capacités des entreprises exerçant une activité dans le domaine de la construction.

ANNEXE V : Fiches Bilan

Hébergements touristiques marchands :

FICHE n°1 : LES REFUGES

FICHE n°2 : LES CENTRES ET VILLAGES DE VACANCES

FICHE n°3 : L'HOTELLERIE FAMILIALE

FICHE n°4 : LES MEUBLES DE TOURISME ET LES CHAMBRES D'HOTES LABELLISES

FICHE n°5 : LES CAMPINGS (hôtellerie de plein air)

FICHE n°6 : LES HEBERGEMENTS LABELLISES TOURISME ET HANDICAP

FICHE n°7 : LES HEBERGEMENTS INNOVANTS

Aménagements et équipements de diversification

FICHE n° 8 : ESPACES DE LOISIRS, SITES TOURISTIQUES, BATIMENTS D'ACCUEIL

FICHE n°9 : PROJET GRAND LAC

FICHE n°10 : GRANDS SITES DEPARTEMENTAUX

FICHE n°11 : THERMALISME

Activités de Pleine Nature

FICHE n°12 : LA RANDONNEE

FICHE n°13 : LES PROMENADES SAVOYARDES DE DECOUVERTE

FICHE n°14 : FILIERE CYCLO

FICHE n°15 : LA PECHE

FICHE n°16 : LE NORDIQUE

FICHE n°17 : LES ACTIVITES AQUATIQUES / NAUTIQUES

FICHE n°18 : LES ACTIVITES SUR CORDE

FICHE n°19 : LES ACTIVITES AERIENNES

Tourisme adapté

FICHE n°20 : LES CONTRATS DE TERRITOIRES ADAPTES ET LA CHARTE DEPARTEMENTALE

FICHE n°21 : LES PROMENADES CONFORT

FICHE n°22 : LE TOURISME ADAPTE , LE DIFFUS

Domaines Skiabiles

FICHE n°23 : LES DOMAINES SKIABLES

Immobilier de Loisir

FICHE n°24 : L'IMMOBILIER DE LOISIR

Tourisme culturel et agritourisme

FICHE n°25 : LE TOURISME CULTUREL : LE PATRIMOINE HISTORIQUE

FICHE n°26 : LE TOURISME CULTUREL : LES FESTIVALS

FICHE n°27 : L'AGRITOURISME

Infra numériques et transports

FICHE n°28 : LES INFRASTRUCTURES NUMERIQUES

FICHE n°29 : LES TRANSPORTS ET DEPLACEMENTS

Soutien aux structures, Ingénierie, Communication, commercialisation

FICHE n°30 : LE SOUTIEN AUX STRUCTURES OEUVRANT EN FAVEUR DU TOURISME ET DE LA MONTAGNE

FICHE n°31 : INGENIERIE DES TERRITOIRES

FICHE n°32 : COMMUNICATION ET PROMOTION DES TERRITOIRES

FICHE n°33 : COMMERCIALISATION DES PRODUITS

Démarches innovantes

FICHE n°34 : DEMARCHES INNOVANTES AUTOUR DES TERRITOIRES ET DES THEMATIQUES

Gestion des Domaines Skiabiles

FICHE n°35 : PRISES DE PARTICIPATIONS DANS LA GESTION DES DOMAINES SKIABLES

Logement des Saisonniers

FICHE n°36 : POLITIQUE EN FAVEUR DES SAISONNIERS

Le Fleurissement

FICHE n°37 : LE FLEURISSEMENT

Les Jeunes

FICHE n°38 : LE TOURISME EN FAVEUR DES JEUNES

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°1

LES HERBERGEMENTS TOURISTIQUES MARCHANDS : LES REFUGES

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➤ Données 2012

- 74 refuges gardés ou surveillés en Savoie, soit 2 943 lits
Dont 42 répondent à la définition du décret de 2007 (isolement, refuge d'hiver, hors sac...). Les autres étant pertinents vis-à-vis de la randonnée (cf grands tours), de leur situation stratégique (refuges porte) ou sur un grand site...
- Propriété :
 - 18 appartiennent à la FFCAM,
 - 15 au PNV,
 - 26 sont privés,
 - 15 sont communaux,
- 14 refuges sont agréés par l'Inspection d'académie pour l'accueil des enfants, soit 694 lits
- Fréquentation: 130 000 nuitées par an
- Emploi : 110 ETP
- Chiffre d'affaire : estimé à 6,8 M€

➤ Appréciation sur l'évolution

- Le parc d'hébergement s'est progressivement modernisé pour répondre aux attentes de la clientèle et lutter contre la concurrence étrangère, améliorer le confort des touristes, des gardiens, gérer l'énergie, les ressources et rejets...
- Le déploiement de défibrillateurs est en cours.
- Concernant le développement de la mise ligne des refuges avec réservation, la création de sites est en plein essor mais la réservation en ligne et la mise en réseau rencontrent des difficultés.

➤ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- Les refuges représentent les hébergements emblématiques de la montagne. Ils sont devenus un objectif dans le développement de la randonnée à la journée.
- Une partie du parc de refuges montre une certaine faiblesse vis-à-vis de la concurrence européenne.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Documents cadres :

Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001

Plan tourisme : juin 2006

- ⇒ moderniser les refuges pour résorber les retards accumulés par rapport aux pays voisins.
- ⇒ avoir une offre de qualité et suffisante pour capter un tourisme de séjours.

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

| | |
|--|--|
| Moderniser les bâtiments dans leur globalité pour résorber le retard et améliorer le confort. | - Au titre du PT : 18 refuges réhabilités dont 2 créations pour boucler 2 grands tours (la Lauzière et Thabor). 7,7 M€ de subvention pour plus de 15M€ d'investissements générés. - Sur lignes classiques, depuis 2000, 13 dossiers traités - Au total : 1218 lits concernés pour 8,4 M€ de subvention soit 41,4% des lits modernisés. |
| Aider l'équipement informatique pour la création de sites internet et pour la réservation en ligne | - 15 refuges ont un site internet évolué mais très peu proposent un service de réservation en ligne fiable avec l'option itinérance. |
| Implantation de défibrillateurs | - 25 refuges sont équipés de défibrillateurs. |

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Activité du BTP et artisans locaux - Refuges modernisés plus performants - Consolidation d'activité pour les refuges situés sur des tours | <ul style="list-style-type: none"> - Maintien et création d'emploi (gardiens, aides) - Attachement des locaux aux refuges de leur secteur. - Approche pédagogique : politique en faveur des enfants et des jeunes - Sécurité/secours avec les défibrillateurs | <ul style="list-style-type: none"> - Action sur énergies renouvelables - Gestion des ressources et déchets | <ul style="list-style-type: none"> - Mobilisation des acteurs locaux nécessaire pour la réussite de la réservation en ligne en itinérance |

➔ Analyse du bilan

- L'action est réussie pour les refuges emblématiques de Savoie les plus fréquentés qui ont largement été rénovés.
- Cependant, un certain écart a pu être créé avec les autres refuges moins fréquentés et non modernisés, bien que décisifs dans le bouclage de certains tours.
- On note un relatif échec dans la commercialisation des nuitées car très peu de refuges proposent un service de réservation en ligne fiable avec l'option itinérance. Toutefois, les sites Internet connaissent un certain essor.
- La politique en faveur des jeunes connaît un démarrage prometteur grâce aux efforts conjoints du Plan jeune montagne, et des initiatives du CAF. En effet, le CAF s'est engagé dans une démarche de promotion des refuges accessibles en famille et d'ouverture vers les jeunes : refuges agréés, plan montagne jeunes, tarification jeunes.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°2 LES HERBERGEMENTS TOURISTIQUES MARCHANDS : LES CENTRES ET VILLAGES DE VACANCES

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

↪ Données 2012

La Savoie se caractérise par un parc de centres de vacances et d'accueil collectif parmi les plus importants de France dont une forte proportion relevant du tourisme associatif et social.

Les centres/villages de vacances représentent de forts enjeux eu égard :

- au nombre d'établissements : 298 en 2012 (classés SDIS)
- à la capacité en lits marchands : 23 240 lits
- à une grande variabilité en termes de capacité par centre : de 50 à 600 lits
- à la fréquentation : 3 613 200 nuitées (en 2009)
- à un taux moyen d'occupation de 43%
- à l'économie générée localement
- aux emplois permanents et saisonniers.

A noter :

- 239 établissements déclarés à Jeunesse et Sport (20 847 lits)
- 120 centres agréés par l'Inspection d'Académie (9 511 lits)

↪ Appréciation sur l'évolution

- Le nombre d'établissements est en baisse : -19% depuis 2003
- La capacité d'accueil est en baisse : -43% depuis 2003
- La fréquentation connaît une érosion lente mais constante

↪ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- Le secteur est en difficulté, avec de nombreuses fermetures depuis 10 ans, créant des friches avec vente à la découpe et émergence de lits « froids ».
- La rentabilité financière de cette activité économique et sociale est faible alors qu'elle est soumise à des charges d'investissement lourdes et à des contraintes normatives et législatives pesantes (loi handicap, régime de TVA, accueil des mineurs, RT, sécurité....).
- La mise en œuvre de partenariats publics/privés ou de collaborations bancaires est lente et difficile.
- L'Union européenne émet des freins quant à la reconnaissance d'un tourisme social, ce qui conduit au plafonnement des aides publiques (régime de droit commun sans prise en compte des caractères sociaux) malgré le rôle joué auprès des populations défavorisées.
- La Région Rhône-Alpes se mobilise également sur le sujet.
- La Fédération Départementale du Tourisme Social et Associatif (FDTAS) se mobilise pour soutenir la commercialisation.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Documents cadres :

- Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001
- Plan tourisme : juin 2006
- ⇒ Poursuivre l'aide à la modernisation des centres d'accueil collectif, notamment ceux destinés aux jeunes et enfants
 - ⇒ S'associer aux démarches visant à trouver des solutions pour relancer ce secteur
 - ⇒ Renforcer les moyens des lignes classiques pour soutenir les centres accueillants des jeunes et classes de découverte

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

- Poursuivre l'aide à la modernisation des centres d'accueil collectif, notamment ceux destinés aux jeunes et enfants
- En 12 ans, 116 établissements ont bénéficié de l'aide départementale pour leur modernisation, représentant 11 019 lits dont :
 - 18 centres agréés jeunesse et sport : 2953 lits, soit 14% du parc agréé
 - 9 centres agréés par l'Inspection d'Académie : 1311 lits, soit 14% du parc.
- S'associer aux démarches visant à trouver des solutions pour relancer ce secteur
- Suivi de la FDTSA
 - Participation/collaboration à la mise en place de la maison commune de la Région largement dédiée au tourisme social
 - Suivi des projets de Savoie Haute Savoie Juniors
 - Suivi de l'Association savoyarde des classes de découverte : hébergements agréés, projets pédagogiques...

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|--|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Activité du BTP et artisans - Diverses retombées directes et indirectes | <ul style="list-style-type: none"> - Maintien d'emplois permanents et saisonniers - Fort impact sur les emplois indirects et l'activité des prestataires locaux - Progression de l'accessibilité aux PMR | <ul style="list-style-type: none"> - Les travaux conduisent de plus en plus vers la gestion des énergies (cf. RT2005 et 2012) | <ul style="list-style-type: none"> - La Région a initié une démarche participative à grande échelle. |

➔ Analyse du bilan

- 14% du parc agréé (Inspection d'Académie et/ou Jeunesse et Sport) a été rénové.
- Un tiers du parc total a bénéficié des aides du Département.
- Cependant, les contraintes restent fortes avec :
 - o de très lourdes contraintes réglementaires,
 - o une faiblesse des opérateurs quant à leur capacité d'investissement,
 - o un déficit de projets d'établissement pour positionner les centres vis-à-vis d'une clientèle,
 - o un manque de maîtrise en termes de commercialisation.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°3

LES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES MARCHANDS : L'HOTELLERIE FAMILIALE

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➤ Données 2012

- 504 hôtels classés dont 376 ruraux, 21 de chaîne
- Toutes les gammes sont représentées : 37 hôtels classés 0*, 44 en 1*, 229 en 2*, 138 en 3*, 35 en 4*, 21 en 5*. (données mars 2012).
- La capacité est de 42 900 lits (classés et non classés) en 2012, soit 14% des lits marchands.
- La fréquentation : 3 327 000 nuitées en 2011 (lits hôteliers = « lits chauds » avec turn over constant)
- L'hôtellerie familiale génère en Savoie 7 194 emplois salariés (permanents ou saisonniers).

➤ Appréciation sur l'évolution

- On constate une diminution de 9% en 7 ans du nombre d'hôtels (-8% de la capacité), due notamment à une concurrence forte et aux contraintes normatives et fiscales apparues ces dernières années. Certains hôtels sont vendus et transformés en meublés (lits « froids »).
- Un glissement s'est opéré dans le parc avec une augmentation des hôtels 3 et 4* et une diminution des 1 et 2*.

➤ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- L'hébergement touristique marchand est l'outil de production du tourisme, vecteur de nuitées, de retombées économiques directes et indirectes. Il contribue aux produits fiscaux du tourisme (Taxe additionnelle de séjour pour le Cg).
- Les hôtels représentent les plus forts enjeux des hébergements touristiques eu égard au nombre d'établissement en Savoie, à leur fréquentation, à l'emploi et aux retombées économiques directes et indirectes qu'ils génèrent.
- L'hôtellerie est la meilleure réponse à apporter pour le développement des courts séjours.
- La fréquentation est tirée par les hôtels 3 et 4*, ce qui montre la tendance de la clientèle et son exigence de qualité.
- L'hôtellerie est récemment soumise à de fortes contraintes : mise en œuvre loi handicap pour 2015, normes sécurité incendie, nouvelles normes de classement 2012, TVA 2014...
- L'hôtellerie rurale est particulièrement en difficulté.
- Les syndicats et hôteliers montrent une forte attente pour stopper la perte des lits hôteliers et que soit poursuivie l'aide à la modernisation pour pallier les contraintes et lutter contre la concurrence et la parahôtellerie.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Documents cadres :

Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001

⇒ Maintenir à niveau et améliorer constamment le parc hôtelier dans une conjoncture très concurrentielle.

Plan tourisme : juin 2006

⇒ Encourager la montée en gamme

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

Maintenir la capacité hôtelière en Savoie par des aides à la modernisation

- En 12 ans, le Conseil général a financé 123 dossiers correspondants à la modernisation de 5 373 lits.
- Ceci correspond à 18% des lits hôteliers, soit près de 1 lit sur 5.

Encourager la montée en gamme par le classement

- L'aide du Conseil général a concerné les hôtels au niveau 2* minimum.
- En 7 ans, le parc des hôtels a progressé en qualité : -20% pour les 1*, -20% pour les 2*, +9% pour les 3*, +17% pour les 4*.

➔ Bilan qualitatif

Impact économique

- Activité du BTP et des artisans locaux

Impact social

- Maintien et création d'emplois permanents et saisonniers, proportionnel au classement. (l'hôtellerie est le secteur le plus pourvoyeur d'emplois directs.)
- Fort impact sur l'activité des prestataires locaux
- Progression de l'accessibilité aux PMR

Impact environnemental

- Les travaux conduisent de plus en plus vers la gestion des énergies (cf RT2005 et 2012)

Impact sur la gouvernance

Les représentants de l'hôtellerie travaillent avec les collectivités pour maintenir, voire développer des capacités hôtelières (« lits chauds »).
Exemple : Saint Bon, Mâcot...compte tenu de leur pertinence touristique

➔ Analyse du bilan

- On constate une érosion de la capacité hôtelière inférieure toutefois à la moyenne nationale.
- Les aides départementales ont permis un accompagnement vers une montée en gamme qui correspond à la demande des clientèles (amélioration des taux de remplissage notamment sur les 3 et 4*).
- Les effets des nouvelles normes vont contraindre encore plus fortement l'hôtellerie indépendante déjà malmenée.
- Les métiers de l'hôtellerie sont moins attractifs et les transmissions familiales générationnelles sont plus difficiles.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°4

LES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES MARCHANDS : LES MEUBLES DE TOURISME ET LES CHAMBRES D'HOTES LABELLISES

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

- 1 725 hébergements en Savoie (stabilité depuis 2005) dont 92 gîtes communaux, soit le volume le plus important de France
- 147 classés 1*, 914 en 2*, 419 en 3*, 76 en 4*
- 9 695 lits touristiques
- 140 chambres d'hôtes dont 83 en 3*, formant 975 lits.
- Fréquentation : 144 100 nuitées en 2011 (156 400 en 2005) :
- 11 gîtes d'enfants pour 53 lits.

➔ Appréciation sur l'évolution

- Les chambres d'hôtes sont en évolution : +24% en 7 ans et +26% du nombre de lits induits.
- L'érosion de la fréquentation observée jusqu'en 2010 s'est stabilisée en 2011.
- Le nombre de gîtes d'enfants a diminué de 39% ces 8 dernières années.
- On remarque une évolution qualitative du parc des gîtes vers la catégorie 3* (+110%) et 4* (+1420%).
- Même constat pour les chambres d'hôtes : 3* (+45%), 4* (+150%).
- Ces évolutions correspondent à la hausse de fréquentation pour les niveaux 3 et 4*.
- L'offre se diversifie et se qualifie : charme, pêche, Panda, neige, accessible aux PMR, environnementale, caractère des bâtiments, « grenier »...

➔ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- L'investissement est élevé pour une rentabilité très saisonnière et souvent limitée à une dizaine de semaines par an sauf pour les chambres d'hôtes où les entrepreneurs en font une activité professionnelle à part entière avec une source de revenus « ménage ».

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|--|
| Documents cadres : | ⇒ Moderniser en profondeur le parc des gîtes |
| Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 | ⇒ Augmenter l'offre en chambres d'hôtes |
| | ⇒ Optimiser l'impact de la subvention par rapport aux coûts d'adhésion |
| | ⇒ Encourager la modernisation des gîtes avec une ouverture du dispositif pour le rendre plus attractif |
| Plan tourisme : juin 2006 | ⇒ Diversifier l'offre |

BILAN des réalisations du Département

↪ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

| | |
|--|---|
| Moderniser en profondeur le parc des gîtes | <p>Le dispositif a évolué pour soutenir les gîtes et chambres d'au moins 3* :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 200 gîtes modernisés ou créés, soit 12% du parc - 1291 lits concernés (12% du parc). <p>Corrélation directe avec le glissement du parc vers les gîtes 3 et 4*. Stratégie politique et fréquentation conformes à l'évolution de la demande.</p> |
| Augmenter l'offre en chambres d'hôtes | <p>32 chambres d'hôtes créées, soit 84 lits</p> <p>Corrélation directe avec l'évolution du parc des chambres.</p> |
| Diversifier l'offre | <p>Mise en place de bonification des subventions pour démarches de qualification.</p> <p>26 projets concernés dont 11 qualifiés vis-à-vis du handicap, 5 pour les aspects d'éco environnementalité, 4 pour le caractère, 3 greniers...</p> |

↪ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|--|---|--|---------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Activité du BTP et des artisans locaux - fréquentation en hausse grâce au développement de la qualité des gîtes - création d'activités économiques à part entière (chambres d'hôtes) | <ul style="list-style-type: none"> - création d'emplois directs - activité en milieu rural avec apport de revenus - Progression de l'accessibilité aux PMR | <ul style="list-style-type: none"> - Valorisation du patrimoine bâti local (caractère) - Bonification pour la prise en compte des matériaux naturels, des énergies et la prise en compte de l'environnement lors des travaux | ras |

↪ Analyse du bilan

- On remarque une hausse significative de la qualité des hébergements.
- Le parc de gîtes et chambres d'hôtes est très important mais souffre d'une répartition inégale selon les secteurs géographiques.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE N°5 HEBERGEMENTS TOURISTIQUES MARCHANDS : LES CAMPINGS (HOTELLERIE DE PLEIN AIR)

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➤ Données 2012

- 108 campings classés dont 34 communaux (31%) répartis comme suit :
 - 14 classés 1* (2445 lits)
 - 63 classés 2* (12642 lits)
 - 27 classés 3* (8226 lits)
 - 4 classés 4* (1437 lits)
- La capacité en lits pour l'hôtellerie de plein air en Savoie est de 24 450 lits touristiques marchands.
- La fréquentation : 650 400 nuitées en 2011 avec 325 000 nuitées (1 et 2*) et 325 000 nuitées (3 et 4*).

➤ Appréciation sur l'évolution

- Une fréquentation des campings en baisse sur les 10 dernières années.
- Une diminution de 2% du nombre de campings savoyards en 7 ans (-2,5% en capacité) et une diminution de -4% pour les 3* alors que les 3 et 4* tirent la fréquentation vers le haut.

➤ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- L'hôtellerie de plein air constitue un type d'hébergement touristique marchand très important pour le tourisme d'été et accessible à toutes les catégories sociales.
- L'offre en camping souffre de différentes contraintes : pression foncière, impact du nouveau classement, de la saisonnalité marquée en Savoie, de l'influence de la météo, du besoin de diversification des prestations et services, des hébergements locatifs à développer, de la concurrence exacerbée l'été.
- L'offre en Savoie est encore en deçà de l'offre française en terme qualitatif (2* majoritaires en Savoie alors qu'au plan national, les 3* sont majoritaires).
- Les acteurs locaux (USHPA - Union Savoyarde de l'Hôtellerie de Plein Air) et régionaux (Fédération Régionale de l'HPA) sont fortement mobilisés.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|---|
| Documents cadres : | ⇒ Renforcer l'aide à la mise à niveau et la montée en gamme des campings y compris pour leurs équipements de diversification. |
| Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 | ⇒ Opérer un rapprochement avec la Haute-Savoie pour une harmonisation des critères d'intervention. |
| Plan tourisme : juin 2006 | ⇒ Soutenir l'animation pour un accompagnement technique des gestionnaires, et la formation via un club de commercialisation |
| | ⇒ Accompagner les campings de minimum de 2* |

BILAN des réalisations du Département

➤ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Encourager la modernisation des campings, leur montée en gamme et la diversification de leurs prestations

Mettre en œuvre une animation pour redynamiser ce pan de l'activité touristique en attendant une structuration des acteurs

Bilan des réalisations :

- En 12 ans, le Conseil général a financé 38 dossiers représentant 7817 lits touristiques (32% de la capacité).
- Il ya eu un rapprochement des critères d'intervention entre la Savoie et la Haute Savoie, avec quelques nuances (ex : plafond de subvention)
- L'aide départementale s'applique pour les campings avec classement minimum 2*
- A compter de 2011, le Département finance les projets d'« Habitations Légères de Loisirs » (HLL) sur la base d'un cahier des charges qualitatif.

L'Assemblée des pays de Savoie a recruté pendant 7 ans un animateur chargé d'accompagner techniquement les gestionnaires des campings des Savoie. Ensuite les professionnels se sont organisés autour de l'USHPA.

➤ Bilan qualitatif

Impact économique

- Meilleure performance du fait des modernisations
- Activité pour le BTP et les artisans locaux

Impact social

- Maintien d'emplois permanents et saisonniers (les campings sont pourvoyeurs de nombreux emplois)
- Progression de l'accessibilité aux PMR

Impact environnemental

- Hébergements locatifs démontables ayant un impact sur l'environnement non définitif

Impact sur la gouvernance

- Structuration bi départementale des syndicats HPA.

➤ Analyse du bilan

- La filière de l'hôtellerie de plein air est bien structurée (ex : syndicat bi-départemental).
- La politique départementale a su toucher 32% de la capacité d'hébergement.
- Malgré les efforts de qualification, la Savoie reste en retrait sur le nombre de camping de 3* et plus par rapport à l'offre nationale.
- De nouvelles règles de classement sont applicables depuis 2010 et ont des incidences sur les établissements.
- L'hôtellerie de plein air tire son épingle du jeu car il ya un report de clientèle liée à la crise économique et la montée en gamme de l'offre.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°6

LES HERBERGEMENTS TOURISTIQUES MARCHANDS : LES HERBERGEMENTS LABELLISES TOURISME ET HANDICAP

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➤ Données 2012

L'offre en hébergements accessibles est effective mais encore à développer et à rendre plus lisible en Savoie :

- Depuis 2012, 18 hébergements touristiques sont labélisés (gîtes et refuge essentiellement).
- 2 centres de vacances (ANAE) accueillent principalement des personnes en situation de handicap (207 lits), ainsi que diverses autres structures.
- Une trentaine de territoires (stations...) disposent d'une diversité d'offres d'hébergements adaptées, avec une moyenne de 5 par site.

➤ Appréciation sur l'évolution

- On constate une prise de conscience collective de cette thématique.
- Mais des difficultés persistent, généralement inhérentes à la mise en œuvre de la loi de 2005 s'agissant des coûts de travaux notamment dans l'ancien.

➤ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- La loi sur l'égalité des chances de 2005 a repositionné l'accès des personnes handicapées à tous les bâtiments y compris aux hébergements touristiques.
- Au-delà de cet aspect réglementaire, le label national « Tourisme et Handicap » apporte une réponse sur la lisibilité de l'offre accessible dans sa globalité.
- Le contexte montagnard marqué par la pente conduit à des difficultés d'ordre technique.
- L'obtention de dérogations est difficile.
- On remarque peu de volonté pour atteindre le label « Tourisme et Handicap », seul critère qualitatif lisible pour cette clientèle spécifique

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|--|
| Documents cadres : | ⇒ Développer un parc d'hébergements touristiques dédiés aux PMR avec le label national « tourisme et handicap » (amélioration de la lisibilité et de la commercialisation) |
| Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 | ⇒ Proposer et développer le tri des offres déclarées accessibles, avec la mise en œuvre de la fiche départementale d'accessibilité |
| Plan tourisme : juin 2006 | |

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Développer un parc d'hébergements touristiques dédiés aux PMR avec le label national « tourisme et handicap » (amélioration de la lisibilité et de la commercialisation)

Proposer et développer le tri des offres déclarées accessibles, avec la mise en œuvre de la fiche départementale d'accessibilité

Bilan des réalisations :

- Le Département accorde des subventions bonifiées calculées sur les dépenses spécifiquement liées à l'accessibilité.
- Depuis 2006, le label est exigé pour les gîtes.
- Depuis 2010, le label est exigé pour les autres hébergements.
- 23 projets ont été subventionnés sur la dernière décennie (1044 lits) dont 22 depuis le Plan tourisme.
- 13 ont été labélisés, 10 sont en cours de démarche.
- Le département propose une fiche départementale d'accessibilité (créée en 2005 avec la DDT et l'Association des Paralysés de France)
- Des formations sont proposées annuellement aux communes et offices de tourisme
- Un accompagnement sur site et un document récapitulatif des offres situent l'offre de chaque territoire ou station
- SITRA reprend le principe de cette analyse en la diffusant plus largement (à tous les OT...)

➔ Bilan qualitatif

Impact économique

- Architectes, ergothérapeutes, activité du BTP et artisans fortement sollicités
- Développement d'une niche de clients en séjours, vecteurs de retombées.

Impact social

- Progression de l'accessibilité aux PMR

Impact environnemental

Impact sur la gouvernance

- Lien avec la mise en œuvre de la Charte « Pour une montagne de confort » où le handicap ne représente que 20% du sujet

➔ Analyse du bilan

- Une offre s'est développée en Savoie mais reste malgré tout insuffisante.
- Une approche plus transversale de l'offre, des aménagements et des produits est nécessaire.
- La réelle difficulté pour les maîtres d'ouvrage est de répondre à la norme 2015. Le Label « Tourisme et Handicap » est encore plus exigeant.
- La détermination du maître d'ouvrage pour aller vers le label est primordiale.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°7 LES HERBERGEMENTS TOURISTIQUES MARCHANDS : LES HEBERGEMENTS INNOVANTS

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

- Les hébergements touristiques innovants ou insolites participent à la diversification de l'offre, attirent très souvent la curiosité et donc la fréquentation et peuvent devenir le support à une communication pour un territoire. Ils peuvent donc présenter des atouts intéressants.
- La Savoie dispose de peu d'offre.

➔ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- Les campings disposent de facilités pour implanter des hébergements locatifs pouvant prendre de nombreuses formes. Les HLL (version haut de gamme) et les tentes « clé en mains » peuvent en être des exemples.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|--|--|
| Document cadre : Plan tourisme : juin 2006 | ⇒ Soutenir les projets innovants pour permettre la diversification de l'activité touristique et pour le développement de certaines filières ou de territoires. ⇒ Réserver des moyens pour les projets innovants à caractère identitaire d'un territoire |
|--|--|

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Soutenir les projets innovants pour permettre la diversification de l'activité touristique et pour le développement de certaines filières ou de territoires.

Bilan des réalisations :

Le Plan tourisme a permis de développer quelques offres particulièrement novatrices et insolites :

- 8 habitations légères lacustres sur pilotis au dessus d'un bassin avec ponton d'accès direct (Chanaz),
- 15 cabanons de pêche (type HLL) thématiqué à la maison des pêcheurs (Viviers du Lac).

Réserver des moyens pour les projets innovants à caractère identitaire d'un territoire

En 2007 : mise en place d'un dispositif d'aides à la création d'hébergements innovants à caractère identitaire d'un territoire :

- Conditions : hébergements durables ancrés sur un territoire, mobilisant les corps du BTP et d'artisans locaux, garantie sur la commercialisation et la banalisation des lits, respect d'un cahier des charges.

- Cas des gîtes « grenier » aux Entremonts en Chartreuse : territoire riche en anciens greniers à grains valorisés en « micro gîtes ». 3 gîtes grenier créés à Entremont le Vieux et Corbel. Concept mis en place avec le Parc naturel régional.

- Le dispositif a également permis la conservation du patrimoine bâti.

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|---|------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Activité du BTP et des artisans locaux - Création d'une offre nouvelle, attractive permettant des séjours avec activités | <ul style="list-style-type: none"> - Enrichissement et découverte pour les utilisateurs - Progression de l'accessibilité aux PMR - Valorisation du patrimoine bâti local | | <ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre d'un concept élaboré et partagé entre le PNR de Chartreuse, la Région, le CG, les acteurs du tourisme rural... |

➔ Analyse du bilan

- Les expérimentations ont été réussies mais ne sont pas assez nombreuses.
- Elles permettent une forte mobilisation de l'artisanat local.
- Les hébergements ainsi créés sont durables.
- La détermination et l'implication des acteurs locaux pour faire émerger les projets sont nécessaires.
- L'innovation requière du temps et de la persévérance.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n° 8

AMENAGEMENTS ET EQUIPEMENTS TOURISTIQUES DE DIVERSIFICATION : ESPACES DE LOISIRS, SITES TOURISTIQUES, BATIMENTS D'ACCUEIL

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➤ Données 2012

- La Savoie dispose d'une offre globalement satisfaisante d'un point de vue quantitatif.

➤ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- La création ou la mise à niveau des équipements d'accueil et de loisirs a concerné l'ensemble du territoire savoyard.
- Cette politique a illustré une vocation d'aménagement du territoire.
- L'ouverture des équipements d'accueil hors domaine skiable destinés en particulier aux familles et aux jeunes a été souhaitée.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|--|
| Documents cadres : | ⇒ Diversifier l'offre pour renforcer la fréquentation en toutes saisons |
| Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 | ⇒ Améliorer les équipements d'accueil et de services (espaces enfants, bâtiments d'accueil, signalétique touristique, OT,...) |
| | ⇒ Valoriser le patrimoine culturel et naturel |
| Plan tourisme : juin 2006 | ⇒ Favoriser l'innovation et le développement durable en stations |

BILAN des réalisations du Département

➤ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Améliorer la qualité des équipements touristiques et de loisirs, des sites d'accueil et diversifier l'offre touristique pour renforcer la fréquentation estivale et toutes saisons

Bilan des réalisations :

- **300** opérations portant sur divers équipements ont été financés au titre du **FACET** :
 - base de loisirs
 - Salles polyvalentes
 - bâtiment d'accueil
 - piscines, centre nautique, patinoire
 - Vestiaires
 - Aires de détente et de jeux
 - Halte-garderie en station

- **CTS** : Réalisation d'équipements : une trentaine de dossiers représentant plus de 7,5 M€ d'investissement et financés à hauteur de près de 1,8M€ (notamment Maison de Pays Albertville, Plages Aix les Bains, aménagement d'un Office du Tourisme en Chautagne et dans les Bauges, extension du foyer de SKI à Crolles, Maison du Tourisme à Chambéry, création de 4 espaces de détente dans l'agglomération chambérienne, ...).
- Autres interventions départementales : opérations d'envergure (Maison du Lac à Aiguebelette, piste de bobsleig de la Plagne)
- Contrat de station moyenne
- Offre locale : Maison du Parc à Pralognan, base de loisirs de Macot, base des Hurtières, maison du Beaufortain,....

➔ Focus sur les bases de loisirs des Mottets et d'Aiguebelette

- La fréquentation de la plage des Mottets : 12 380 entrées.
- Le nombre de journées / rameurs en aviron : 105 (en 2011).
- Le nombre de nuitées générées par l'aviron lors des régates : 4 000 (en 2011).

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|---|---|---------------------------|
| - Amélioration de la fréquentation des équipements et des sites en toutes saisons | - Diversité des publics et des activités - Développement d'une offre touristique diversifiée | - Sensibilisation au patrimoine naturel | |

➔ Analyse du bilan

- Un maillage territorial satisfaisant en matière d'équipements structurants.
- A présent, il s'agit de faire fonctionner et animer les équipements pour maintenir la fréquentation.
- Par exemple, concernant plus spécifiquement les scénographies, elles doivent être renouvelées régulièrement (tous les 5ans) pour maintenir une offre de qualité.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°9 AMENAGEMENTS ET EQUIPEMENTS TOURISTIQUES DE DIVERSIFICATION : PROJET GRAND LAC

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX

➔ Le projet

- Projet de valorisation du bassin versant du lac du Bourget sur 1999/2015, animé par un groupement d'intérêt public - GIP « Grand Lac » créé le 24 mai 2002 et dissous le 14 septembre 2010
- Co-financé dans le cadre d'un contrat de plan État-Région, suite au comité interministériel d'aménagement et de développement du territoire - CIADT du 23 juillet 1999
- 101 actions répertoriées réparties en 5 objectifs prioritaires :
 - eau et milieux naturels
 - berges et déplacements
 - aménagements touristiques
 - patrimoine et culture
 - éducation à l'environnement et au développement durable

➔ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

Les réussites :

- Un projet ambitieux et multipartenarial à forte dimension développement durable, notamment sur le volet éducation à l'environnement et au développement durable.
- Un rôle déterminant dans les bons résultats obtenus par le premier contrat de bassin versant du lac du Bourget sur le volet qualité de l'eau.

Les limites :

- Un bilan difficile à établir du fait de sa dilution dans les budgets des différents maîtres d'ouvrage
- Peu de réalisations concrètes perceptibles par le grand public

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|--|---|
| Document cadre : | ⇒ Rétablir la qualité de l'eau et préserver la diversité biologique |
| Délibération de l'Assemblée départementale en date du 29 novembre 1999 | ⇒ Reconquérir les berges du lac |
| | ⇒ Réhabiliter les paysages et le patrimoine |
| | ⇒ Favoriser un développement économique compatible avec la qualité du site |
| | ⇒ Agir sur les comportements pour garantir à moyen et long termes la gestion optimum des ressources |

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

- Quelques opérations phares parmi les 69 finalisées :
 - contrat de bassin-versant du Lac du Bourget 2003/2006 pour 54 M€
 - requalification des berges du Lac du Bourget et de la RD1201 pour 25 M€
 - aménagement du site des Mottets en 2001/2002 pour 1,5 M€
 - restauration de la grange batelière à Hautecombe pour 0,4 M€
 - aménagement de plusieurs belvédères sous diverses maîtrises d'ouvrage (Mont du Chat à La Chapelle-du-Mont-du Chat, Grande Mollière à Viviers-du-Lac, Grumeau à Ontex, Rosse-Cul à Bourdeau, Revard à Aix-les-Bains)

- Quelques opérations majeures restées en suspens :
 - création du barreau sud d'Aix
 - aménagement du secteur de la Croix verte au Bourget-du-Lac
 - réhabilitation de la carrière du Tremblay à La Motte-Servolex
 - mise en place d'un réseau de parcs et jardins

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|---|---|---|
| - Développement de nouveaux aménagements supports du tourisme estival et des activités de pleine nature | - Amélioration du cadre de vie, valorisation du paysage et du patrimoine autour du lac du Bourget | - Amélioration de la qualité de l'eau des affluents et du lac du Bourget lui-même | - Implication partagée de très nombreux partenaires sur le territoire du lac du Bourget |

➔ Analyse du bilan

- Valorisation de l'image de marque « Grand lac » construite pendant 15 ans (et viable en théorie jusqu'en 2015).

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°10 AMENAGEMENTS ET EQUIPEMENTS TOURISTIQUES DE DIVERSIFICATION : GRANDS SITES DEPARTEMENTAUX

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX

➔ Le dispositif

- 27 grands sites départementaux qui disposent chacun d'un programme pluriannuel de valorisation, souvent étalés dans le temps : en moyenne 5 à 6 ans.
- Programme à vocation environnementale dans le cadre de la politique Espaces naturels sensibles - ENS (compétence départementale).
- Financement par une taxe dont le champ d'affectation est strictement défini par la loi (part départementale de la taxe d'aménagement - TA).
- Actions parfois adossées à l'outil foncier des périmètres de préemption en ENS.
- Programmes d'aménagement fixés par conventions pluriannuelles, qui confèrent ensuite la charge exclusive des dépenses d'entretien au maître d'ouvrage.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre : ⇒ Valoriser des sites de nature prestigieux et emblématiques de la Savoie, en veillant à concilier fréquentation du public et préservation du patrimoine naturel

Délibération de l'Assemblée départementale en date du 30 juin 1986 ⇒ Impliquer les collectivités locales dans cette action de préservation de leur patrimoine naturel, en mettant à leur disposition une assistance technique et financière forte.

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Gestion du capital paysager

Bilan des réalisations :

- 25 sites réaménagés ou en cours, dont sur la période 2000/2012 :
 - 7 réaménagements finalisés : lac Saint André (2004), col du Sapenay (2007), lac de Sainte Hélène (2009), forts de l'Esseillon et col du Galibier (2011), cols du Glandon et de la Croix de Fer (2012)
 - 7 programmes en cours de définition ou réalisation : grottes des Échelles (depuis 2007), col du Mont-Cenis (depuis 2009), cirque de Saint Même (depuis 2008), marais des Chassettes et col de l'Iseran (depuis 2011), vallon de Tamié, col de la Madeleine et lac St André (depuis 2012)

- 2 réflexions émergentes sur des programmes potentiels : col du petit Saint Bernard, tours de Montmayeur
- 2 sites au « point mort », faute de maîtrise d'ouvrage locale : gorges du Sierroz et col des Aravis

➔ **Bilan qualitatif**

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|-------------------|------------------------------|--|--|
| Non quantifié | Amélioration du cadre de vie | Maîtrise de la fréquentation et des dégradations induites (érosion des sols, dérangements de la faune et de la flore...) | Implication des maîtres d'ouvrages locaux, soutenue par une assistance technique et financière forte |

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°11 THERMALISME

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

↪ Données 2012

Fréquentation :

- 50 000 curistes dans 4 stations thermales (Aix-les-Bains, Brides-les-Bains et Salins-les-Thermes, Challes-les-Eaux, la Léchère)
- La Savoie : 3ème département thermal en France en termes de fréquentation
- Aix-les-Bains : 4ème station thermale de France et Brides les Bains, 12ème

Economie :

- En Rhône Alpes : Chiffre d'affaire du thermalisme : 53 millions € (dont 67% sont générés par le thermalisme conventionné)
- Emplois en Savoie : 113 emplois pour le thermalisme, sur les 25 748 emplois salariés de l'économie touristique en Savoie

↪ Appréciation sur l'évolution

- 61 000 curistes en 2002
- 49 000 curistes en 2012, soit -20% sur la période
- Baisse de la durée des cures

↪ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- La tradition thermale participe à la notoriété de la Savoie.
- Le thermalisme est un outil de développement local représentant un fort enjeu économique touristique.
- L'économie thermale est assurée à la fois par des acteurs publics que privés.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|---|
| Documents cadres : | ⇒ Assurer la pérennité de l'activité thermale et développer de nouveaux produits. |
| Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 | 2 plans de soutien: <ul style="list-style-type: none">- 2000-2006 Plan thermal avec co financement de la Région- 2007-2015 Plan tourisme |
| Plan tourisme : juin 2006 | 2 plans d'action en direction des TNAB (construction Thermes Chevalley et modernisation du bâtiment existant) 8 contrats thermaux signés entre les communes supports de stations thermales et le Département (soit 4 par plan) |

BILAN des réalisations du Département

➤ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

| | |
|--|--|
| Sécuriser la ressource en eau | - Réalisation de nouveaux forages, mises en conformité des captages, circuits de distribution de l'eau : 6 projets |
| Rénover et moderniser les salles de soins et les équipements | - Rénovation des équipements de soin dans l'ensemble des établissements thermaux - Restructuration et extension d'une Maison de cure pour enfants à Challes-les-Eaux |
| Amélioration de l'accueil et du cadre urbain des stations thermales | Travaux réalisés dans toutes les stations pour sécuriser le déplacement des curistes en promenade ou en centre ville, et embellissement des espaces (rénovation des jardins, pose de mobilier urbain, signalétique et éclairage) |
| Diversification des activités par les produits de bien-être | - Création du SPA à La Léchère et de salles de soin (Challes-les-Eaux, Brides-les-Bains) |
| Mise en place de produits touristiques nouveaux afin d'allonger la durée des saisons | - Peu de produits touristiques nouveaux. - Seule nouveauté : traitement de l'obésité à Challes-les-Eaux |

➤ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|--|---|---|
| - Augmentation de la fréquentation grâce à la modernisation des équipements et à la diversification vers le bien-être | - Service médical rendu - Recherche scientifique active - Amélioration du cadre de vie | - Amélioration des exploitations (ressource en eau, traitement des eaux, traitement de l'air) | - Pas de pilotage unique (public et privé) - Communication dispersée par station |

➤ Analyse du bilan

- Les aides départementales ont permis de remettre à niveau les installations thermales.
- Mais peu de produits touristiques nouveaux ont été mis en place grâce à l'aide départementale pour contrer l'érosion de la fréquentation des cures médicales.
- Les acteurs privés ont cependant procédé à un repositionnement vers les activités et produits liés au bien-être.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°12 LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE : LA RANDONNEE

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

OFFRE INFRASTRUCTURE

- Offre de sentiers de randonnée en Savoie estimée à 10 000 km
- 4310 km inscrits au PDIPR (70% de PR / 30 % de GR et GRP)
- Etat des sentiers PDIPR : 80% sont en bon état, 10% en état moyen, 5% en mauvais état et 5% en état inconnu.
- 18 grands tours (grande itinérance)
- 658 Accompagnateurs En Montagne (carte professionnelle), 90% vivent en Savoie
- 74 refuges

PRATIQUE

- L'activité randonnée, promenade et raquette en Savoie représente 8.5 millions de journées de pratique par an. Elle génère 275,2 millions d'euros par an (dont 236 € dépensés localement)

➔ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

Points forts

- Image emblématique de la Savoie pour la randonnée
- Diversité de l'offre : des sentiers de promenade adaptés à la clientèle familiale, des itinéraires de grande randonnée adaptée à la clientèle sportive.
- Qualité croissante du balisage et de l'état des sentiers
- Densité du réseau d'hébergements. Maillage des refuges qui permet une pratique de l'itinérance avec de courtes étapes (tours de massifs organisés)
- Présence d'un tissu de professionnels compétents et organisés (AEM, Guides, Gardiens de refuges)
- Des initiatives de commercialisation et réservation sur les hébergements favorisent progressivement l'accès à l'offre.
- Activité accessible à tous : physiquement comme financièrement
- Prise de conscience croissante des collectivités par rapport à l'intérêt de l'activité (diversification touristique estivale)

Points faibles

- La Savoie souffre d'une image sportive et technique qui effraye une partie de la clientèle
- L'accès à l'offre reste confus : organiser son séjour rando est encore difficile (Communication et information très disparate)
- Absence de document et site Web techniques à l'échelle départementale permettant de préparer sa randonnée grâce à des infos pratiques (cartes, dénivelés, exhaustivité de l'offre...)
- Problème du non contrôle des données remontant sur les sites web de promotion de la randonnée (ex : SMB et OT via Sitra → véracité des infos et état des sentiers non contrôlés)

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|--|
| Document cadre : | ⇒ Améliorer et développer le réseau des sentiers : maintenir un réseau de sentiers d'une grande qualité et sécurité, mettre en place un balisage homogène et efficace sur le territoire, |
| Politique sectorielle PDIPR : 2002 et 2003 | |
| Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 | ⇒ Prioriser l'intérêt des sentiers (intérêt départemental / local) |
| Plan tourisme : juin 2006 | ⇒ Structurer l'offre de randonnée et la promouvoir efficacement, développer de véritables produits touristiques autour de la randonnée |
| | ⇒ Diversifier les pratiques de randonnée (sportives, familiales...). |

BILAN des réalisations du Département

↪ Bilan quantitatif

| Objectif opérationnel : | Bilan des réalisations : |
|--|--|
| Réviser le PDIPR avec la définition d'un réseau de sentier cohérent à 2 niveaux (intérêt départemental / local) et accentuer la mise à niveau du balisage des sentiers inscrits au PDIPR | <ul style="list-style-type: none">- Révision du PDIPR en 2002 : classement des sentiers en fonction de leur intérêt (départemental/local)- Environ 3 200 km de sentiers ont bénéficié du soutien du CG entre 2000 et 2012 (242 dossiers)- 1/3 des sentiers du PDIPR de la Savoie est contrôlé annuellement en partenariat avec le CRDP.- Compte tenu de l'état, de l'intérêt des sentiers et de l'évolution des pratiques, certains sentiers ne sont plus ou peu empruntés, d'autres mériteraient en revanche d'être intégrés au PDIPR. |
| Créer des produits touristiques de randonnée par la mise à niveau et la structuration de quelques grands itinéraires : accès, hébergement, ravitaillement, services | <ul style="list-style-type: none">- Ingénierie ATD : intervention en appui et à titre de conseil auprès des MdO des Grands tours pour la structuration et la mise en tourisme- Financement de 3 études de diagnostic (état, balisage, hébergements...) et positionnement stratégique rando sur un territoire (Beaufortain, Val d'Arly, Haute Maurienne Vanoise)- Soutien du CG à l'équipement informatique des refuges- Participation au développement des initiatives de mise en réseau et de commercialisation des refuges (réservation en ligne) |
| Accélérer l'aménagement des 18 grands tours de randonnées : signalétique, balisage... | <ul style="list-style-type: none">- 27 dossiers : 15 tours aménagés et balisés, 1 en cours (Tarentaise), 1 à l'étude (Thabor) et 1 à l'abandon (Arvan Villards : problème d'hébergements et de balisage)- Interrogation sur la pertinence des grands tours retenus dans le cadre du Plan Tourisme (quelques tours peu intéressants, d'autres absents) |
| Faciliter l'accès à l'information, développer une cartographie interactive. | <ul style="list-style-type: none">- Edition par SMBT de la carte des Itinérances pédestres et refuges (avec l'aide de l'ATD)- Edition de fiches topo sur les principaux grands tours (téléchargeables sur le site de SMBT) (avec l'aide de l'ATD)- Aucune action réalisée pour développer une carto interactive, un site technique |

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Des retombées économiques importantes : 236 M€ dépensés localement chaque année un CA de l'hébergement qui accueille des randonneurs en Savoie estimé à 14,6 M€/an - Des Emplois : 658 Accompagnateurs En Montagne ; entre 300 et 450 emplois saisonniers dans les hébergements utilisés par les randonneurs | <ul style="list-style-type: none"> - Le « Plan jeune montagne » du CG qui a pour objectif d'initier les jeunes collégiens à la randonnée estivale en montagne et à la découverte du milieu (2 journées de randonnées accompagnées et 1 nuitée en refuge). Cf. fiche Jeunes / En 2011 : 12 collèves ont participé soit 856 élèves - Accessibilité de la pratique à tous physiquement et financièrement - Bien être et santé | <ul style="list-style-type: none"> - L'accompagnement financier important sur le balisage a permis d'améliorer significativement la qualité et la durabilité du matériel en remplaçant le balisage anarchique et de mauvaise qualité. - L'aménagement et la promotion des sentiers limite la divagation. | <ul style="list-style-type: none"> - Identification du bon échelon pour un réel positionnement touristique : l'intercommunalité - Les études ont permis de définir de quel niveau de responsabilité relevait l'entretien des sentiers (Interco ou commune) - Problème de la promotion technique de la randonnée, actuellement insuffisante |

➔ Analyse du bilan

- Les aides départementales ont permis de bien développer l'offre de randonnée et certains grands tours ;
- Néanmoins le pratiquant manque d'information pratique accessible depuis un site web unique pour choisir un itinéraire et organiser son activité
- Une nouvelle révision du PDIPR permettra de poursuivre la qualification de l'offre, de mieux prendre en compte l'évolution des pratiques et ainsi réévaluer l'intérêt de certains sentiers.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°13 LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE : LES PROMENADES SAVOYARDES DE DECOUVERTE

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

↪ Données 2012

- Concept né en 2007 sur proposition de l'ATD (définition du concept et cahier des charges) : découverte de sites remarquables avec une interprétation originale, interactive, un cheminement accessible à tous...
- 14 PSD budgétées :
4 réalisées et inaugurées fin 2012 : St Jean Porte, Aussois, Hautecour, Albiez Montrond. Une dizaine est en cours d'étude ou de réalisation
- Toutes les promenades sont libres d'accès, mais certaines commercialisent un kit de jeu.
- Le nombre de visiteurs est difficile à mesurer selon les sites :
Ex : Aussois : 1200 kits vendus en 4 mois, soit 4000 pers. qui ont joué + autres visiteurs sans kits de jeu.
Ex : Hautecour : éco-compteur dénombre 8000 pers sur l'année.

↪ Points forts / Eléments d'analyse

- Des promenades aux thématiques variées : patrimoine naturel, culturel, artistique... servant l'identité de la Savoie. Liberté créative des maîtres d'ouvrage : produits d'interprétation très différents mais avec une exigence de qualité commune.
- Une interprétation originale voire ludique très appréciée du public (familial notamment) : le promeneur est acteur de sa découverte, scénario suscitant la curiosité et l'interactivité.
- Des promenades à partager en famille ou entre amis avec un tronçon « confort » accessible à tous couplé à un tronçon « liberté » pour ceux qui souhaitent marcher davantage (avec une dénivelée modérée).
- Un projet global proposant à la fois des aménagements de qualité : cheminements, mobilier de confort (tables, bancs...), parking, scénographie adaptée.
- Un produit touristique proposé à la fois en autonomie ou accompagné (outil au service des AEM et guides du patrimoine ou enseignants)
- Un projet de développement valorisant les activités économiques locales (produits locaux, mise en réseau de producteurs, restauration, commerces...)
- Un label de qualité porté par un réseau de sites en construction : échange d'expériences, promotion commune (charte graphique commune)...

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

Schéma départemental du
tourisme : 1996 et 2001

⇒ Développer la randonnée et l'itinérance

Plan tourisme : juin 2006

⇒ Développer une offre de « promenades de découverte » répondant aux nouvelles attentes de la clientèle (pratique douce et recherche de sens)

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Concevoir une nouvelle offre labélisée d'accès facile et invitant à la découverte de sites naturels ou patrimoniaux remarquables »

Développement d'une offre suffisante en PSD » actions 1 et 2 identiques non ?

Promotion et mise en réseau des PSD

Bilan des réalisations :

- écriture d'un cahier des charges sur le concept PSD et validation par l'Assemblée départementale.

- 4 PSD réalisées
- 10 en chantier soit au stade ingénierie soit au stade travaux.

Promotion commune réalisée par Savoie Mont Blanc avec l'aide de l'ATD :
- 4 flyers PSD réalisés en 2012
- 4 autres en projet

➔ Bilan qualitatif

Impact économique

- Impact sur activité des artisans, BE, sur la fréquentation des commerces (restauration, caveaux viticoles...)
- Impact sur la notoriété et la fréquentation de sites,
- Nouvelles activités pour accompagnateurs et Guides du Patrimoine

Impact social

- création d'un réseau de sites en cours
- accès à tout public (y compris aux PMR)
- pédagogie à divers titres

Impact environnemental

- valorisation de sites et pédagogie : invitation au respect
- l'aménagement des cheminements canalise la déambulation du public (ex : dans les prés de fauche ou vignes)

Impact sur la gouvernance

- renforcement de la collaboration entre les collectivités porteuses, les offices du tourisme, les professionnels, et les résidents locaux.

➔ Analyse du bilan

- Réussite de l'expérimentation dans le concept
- Réussite de l'expérimentation dans la fréquentation car création d'une offre nouvelle, attractive, équilibrée sur le Département et en phase avec les attentes en termes d'activités ludiques et interprétatives des nouveaux promeneurs
- Une vigilance à avoir sur les technologies de mise en scène
- Une vigilance à avoir sur l'entretien et l'animation de la PSD (demander un engagement sur l'entretien et le suivi des sites)
- Une animation du réseau inter-sites à poursuivre

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°14 LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE : FILIERE CYCLO

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

OFFRE

- 66 itinéraires cyclo balisés (3000 km cumulés)
- 76 km de vélo route et voies vertes : Aménagements cyclables (véloroutes et bandes cyclables sur routes départementales)
- 24 cols et montées mythiques bornés et chronométrés des 24 cols
- 7 cols réservés aux cyclistes dans le cadre de l'opération « Un jour, un col » depuis 2011, mobilisation importante des territoires pour cet événement
- Un itinéraire de grande itinérance de 4 semaines sur la Savoie et la Haute-Savoie (« Les 100 cols en Savoie Mont Blanc »)
- Une 100taine d'hébergements « accueil qualité cyclo » qui proposent des équipements et services spécifiques aux cyclistes (Mise en place du référentiel en 2010)

FREQUENTATION et retombées éco

- L'activité cyclo représente environ 500 00 journées de pratique par an en Savoie.
- Elle génère 11 millions d'Euros par an de retombées socio-économiques sur la Savoie.

➔ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- Grande réputation de la Savoie dans ce domaine : cols prestigieux, épreuves sportives (Passage du Tour du France),
- Offre adaptée à une pratique sportive (nombreux cols et itinéraires), mais peu de circuits faciles adaptés à une pratique plus douce, familiale... d'où une sur-fréquentation des vélo-routes de proximité urbaine
- Qualité et diversité des paysages le long des itinéraires

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

Schéma départemental cyclable : 1993, 1997 et 2003 ⇒ faire de la Savoie une destination cyclotouristique pour le plus grand nombre (véloroutes) et reconnue par les cycloportifs (grands cols)

Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 ⇒ renforcer l'attractivité du territoire comme une destination « vélo » sous toutes ses formes de pratiques

Plan tourisme : juin 2006

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

Poursuivre l'aménagement des infrastructures cyclables départementales (véloroutes, bandes cyclables...) et accompagner les collectivités locales dans le développement d'infrastructures cyclo

- 77 km de vélo routes aménagées
- 150 km de routes départementales équipées de bandes cyclables

Maintenir à niveau et soutenir le balisage des circuits cyclotouristiques

- Réalisation d'une étude sur la remise à niveau des itinéraires cyclotouristiques du Département de la Savoie
- Travaux de requalification des circuits cyclo en cours (Objectif de mise en place des circuits avant la saison estivale 2013 et communication prévue en 2013)

Soutenir la création d'équipements (accueil, services, boucles locales) autour des trois véloroutes réalisées par le Département

- Accompagnement financier des aménagements réalisés sous maîtrise d'ouvrage locale pour la création de boucles locales autour des véloroutes (2 projets autour de la Via-rhône : boucle de Mandrin, circuit Galetti ...)
- Accompagnement des territoires dans leurs projets de mise en tourisme des véloroutes (ViaRhône, Préalpes et Grand Lac) – Ingénierie ATD

Soutenir le balisage des grands cols et les équipements spécifiques pour les cyclotouristes sportifs

- Réalisation d'une étude de valorisation des cols et montées en Savoie (2007-2009)
- Bornage et chronométrage des 24 cols ou montées emblématiques de Savoie (Action réalisée en 2009/2011 ; système à optimiser pour une meilleure convenance)

Développer l'ingénierie et l'assistance aux porteurs de projets pour animer, promouvoir et valoriser les circuits cyclotouristiques

- Ingénierie de l'Agence touristique départementale :
 - réalisation d'un produit de grande itinérance (les 100 cols en Savoie Mont Blanc)
 - réalisation d'un produit en étoile (les défis du cyclo grimpeur)
- Edition de brochures promotionnelles de ces produits cyclotouristiques et des itinéraires cylo ainsi que des voies vertes, édition d'un guide cyclo 2011, site internet (SMBT)
- Labellisation d'une centaine d'hébergements « accueil qualité cyclo »

➔ **Bilan qualitatif**

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Augmentation des retombées économiques des prestataires privés - 500 000 journées cyclo par an avec une moyenne de 21 €/j de retombées directes et indirectes locales : soit 11 M€ par an | <ul style="list-style-type: none"> - La réalisation des itinéraires départementaux et des véloroutes profite aussi à la population locale pour leurs déplacements « domicile/travail » - L'opération « 1 jour, 1 col » crée du lien social entre la population locale et les touristes présents sur le territoire | <ul style="list-style-type: none"> - Le vélo est une pratique douce et respectueuse de l'environnement - Les itinéraires cyclo seront accessibles en TER depuis les gares | <ul style="list-style-type: none"> - Mobilisation des acteurs locaux pour le développement du cyclo - Réalisation d'aménagements qui permettent la mise en place d'événementiel (ex : 1 jour 1 col) - Structuration des territoires touristiques (ex : Maurienne tourisme) - Problème de gouvernance pour développer la Via-Rhône |

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°15 LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE : LA PECHE

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

OFFRE

- 1800 km de cours d'eau de première catégorie
- 8000 hectares de lacs naturels et de retenues dont deux grands lacs alpins et une 60taine de lacs de montagne
- 15 Parcours de Pêche Savoyards
- 28 AAPPMA , 2 sociétés privées
- 6 Guides de Pêche, 14 points de vente spécialisés
- 20 hébergements spécifiques pêche

PRATIQUE

- 10 000 cartes annuelles vendues en 2011.
- 2000 cartes vacances
- 6000 cartes journées
- Majorité d'hommes, catégorie socio pro « employé » et « retraité »

➔ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- Nombreux sites de pratique de bonne qualité (1800 km de cours d'eau de première catégorie)
- Qualité halieutique forte, souche autochtone de truites, grande diversité des espèces piscicoles présentes sur le territoire
- La notion de destination pêche pour la Savoie est peu réaliste mais l'activité pêche fait partie de la diversification touristique de l'offre en Savoie.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

- Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 ➔ Renforcer l'image de la Savoie comme destination pêche en proposant une offre qualifiée et organisée
- Plan tourisme : juin 2006 ➔ Développer des produits pêche à valeur économique reconnue sur quelques sites phares du département

BILAN des réalisations du Département

↪ Bilan quantitatif

| Objectif opérationnel : | Bilan des réalisations : |
|--|--|
| Restauration des milieux et amélioration de la gestion piscicole | <ul style="list-style-type: none"> - 13 études sur les milieux et leur capacité à accueillir des populations de poissons et étude spécifique sur certaines espèces - 9 études génétiques pour cartographier les populations de truites - 17 opérations de valorisation piscicole : réintroduction d'espèces comme l'Ombre commun, opération d'alevinage, opération de réempoissonnement |
| Création et valorisation de sites spécifiques dédiés à la pratique de la pêche | <ul style="list-style-type: none"> - Création de 15 Parcours de Pêche Savoyards labélisés sur les plus belles rivières et lacs de Savoie (38 dossiers) - Développement de la pêche sur 12 lacs d'altitude et 3 rivières emblématiques de Savoie (opération d'empoissonnement) - Aménagement sur le lac de Barouchat |
| Développement de produits touristiques à valeur économique reconnue sur quelques sites phares du Département | <ul style="list-style-type: none"> - Développement d'un produit pêche en barque sur les lacs du Mont Cenis et de Roselend - création d'un pôle pêche au Lac de Grésy - Création de la Maison des pêcheurs au Viviers au bord du lac du Bourget |
| Organisation et structuration de l'offre, Information et promotion de l'offre | <ul style="list-style-type: none"> - Soutien aux 5 écoles de Pêche en Savoie (19 dossiers) - Création d'un siège administratif pour la Fédération de pêche doté d'équipements pédagogiques pour les jeunes et accessible aux personnes à mobilité réduite (4 dossiers) - Soutien à la Fédération départementale de pêche pour développer le tourisme pêche en Savoie et structurer l'offre (15 dossiers) - Edition d'atlas, de brochures, site internet de la Fédération, organisation de manifestation (Open du Bourget)... (20 dossiers) |

↪ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Augmentation des retombées économiques par la mise en place des pôles pêches (offre très récente) - Retombées éco indirectes de consommation de produits annexes ou autres activités de pleine nature | <ul style="list-style-type: none"> - Accessibilité de la pêche à tous les publics (valorisation et visibilité de la pêche à travers les pôles pêche qui touchent tous les publics) - Initiation en école de pêche : offre ludique favorisant une pratique des jeunes | <ul style="list-style-type: none"> - Réempoissonnement : Introduction d'espèces disparues des cours d'eau - Vigilance sur les risques de concurrence / compétition entre espèces (gestions personnalisées) | <ul style="list-style-type: none"> - Structuration de la filière : la fédération contribue fortement à la structuration de l'offre à l'échelle départementale et joue un rôle fédérateur |

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°16 LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE : LE NORDIQUE

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

↪ Données 2012

OFFRE :

- 40 sites nordiques en Savoie, 1 Stade de biathlon international

DONNEE ECO

- 1.5 Millions d'euros de redevance (1.6 en 2000-2001, 1.45 en 2005-2006).
- Impact éco direct : 5.5 M€, Impact éco indirect : 30 M€
- Une 100taine d'emplois directs liés à la filière dont une quarantaine de moniteurs de ski Nordique

FREQUENTATION, PRATIQUE

- Le ski de fond représente 400 000 journées de pratique par an en Savoie (2010/2011)
- 300 000 séjours hivernaux en Savoie (clientèle française) sont concernés par la raquette
- 40% des pratiquants de ski nordique sont des excursionnistes, 80% des pratiquants de raquette sont des excursionnistes (Bauges, Chartreuse)
- Les excursionnistes pratiquent le skating à 71% alors que les séjournant pratiquent l'alternatif à 68%

↪ Points forts / Eléments d'analyse

- 13 sites nordiques adhérents à Savoie nordique = gage de qualité et prestations de services élevées et d'une réelle structuration de l'offre nordique pour l'accueil des pratiquants
- 27 sites non adhérents, généralement intégrés à une station de ski alpin ⇒ offre nordique peu structurée et accès gratuit
- La Savoie abrite le plus grand site nordique de France (Savoie Grand Revard) et deux « poids lourds » du nordique (Bessans et les Saisies)
- Pratique possible tout l'hiver grâce à l'hétérogénéité des localisations des domaines nordiques
- Offre diversifiée : hétérogénéité des types de sites qui permet une pratique pour tous
- Redynamisation de l'image du nordique par l'informatisation des sites nordiques (mise en place du forfait annuel régional, le « Nordic pass » par la FRAN)
- Bessans : accueil de compétition de biathlon international

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|---|
| Document cadre : | ⇒ <u>Pour les activités de pleine nature en général</u> : contribuer à la diversification touristique, les loisirs à la population et favoriser les pratiques sportives |
| Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 | |
| Plan tourisme : juin 2006 | ⇒ <u>Pour les activités nordiques spécifiquement</u> : |
| | - Développer l'attractivité des stations nordiques |
| | - Améliorer la dynamique globale des sites nordiques afin d'assurer leur devenir économique |
| Politique sectorielle APN : 2011 | - Maintien de l'activité touristique des petites stations (Entremont) et consolidation de l'économie touristique des stations moyennes |

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

| | |
|---|---|
| Aménagement de sites pour une offre de service | <ul style="list-style-type: none"> - 6 opérations de construction ou réhabilitation de structures d'accueil, foyer de ski nordique - 5 opérations spécifiques de réfection de la signalétique nordique (porte d'entrée, aire d'accueil, balisage des pistes...) – Rq : en réalité bien plus de sites aidés car ces équipements sont généralement financés dans le cadre d'opérations d'aménagement global de site, cf.action 2) - Un projet important d'Informatisation des 13 sites nordiques savoyards labellisés (en cours) |
| Adapter les sites aux besoins de la pratique | <ul style="list-style-type: none"> - 19 opérations d'aménagement de domaines nordiques : création ou amélioration de pistes nordique, aires dédiées (ludique, biathlon, débutant...) - 5 dossiers d'aménagement, remise à niveau d'itinéraires raquettes |
| Acquisition de matériel relatif aux aménagements de sites | <ul style="list-style-type: none"> - 15 dossiers d'acquisition de dameuse pour assurer un damage de qualité du domaine nordique |

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Des retombées économiques pour les territoires et le maintien d'emplois | <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation des jeunes au milieu montagnard et la pratique du ski nordique via le « Plan jeune ski nordique » mis en place par le Département pour les collégiens savoyards - Santé et bien être issus de la pratique d'activités nordiques | <ul style="list-style-type: none"> - Risque de dérangement de la faune sauvage en période hivernale par la randonnée raquette sur les secteurs sensibles | <ul style="list-style-type: none"> - Pour être éligibles, les projets doivent être portés et acceptés par l'ensemble des acteurs concernés. Cela garantit une réflexion d'ensemble - L'ingénierie et le conseil apporté par Savoie Nordique aux sites labellisés permet de développer des projets adaptés aux spécificités des sites et attentes des clientèles. ⇒ Quid de l'accompagnement des sites non adhérents |

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°17

LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE : LES ACTIVITES AQUATIQUES / NAUTIQUES

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

OFFRE

- Lac du Bourget : 15 ports, 2800 anneaux, 12 plages. Nombreux clubs sportifs (Aviron, Voile, Plongée, CK (location), Ski nautique, Croisières)
- Lac Aiguebelette : 7 plages, aviron canoë (location)
- Spot Savoyard des activités d'eau vive en Tarentaise avec 10 prestataires d'Eaux Vives sur l'Isère et le Doron de Bozel

FREQUENTATION

- Clientèle de groupes, essentiellement des colonies et des centres de vacances
- LAC DU BOURGET : 5 500 journées de location bateau, 8200 stages d'aviron, 11 000 stages de voile, 4100 stages de ski nautique et de canoë, 120 000 passagers de croisières, 340 000 journées plage
- LAC D'AIGUEBELETTE : 7800 nuitées (stages d'aviron et compétitions), 160 000 journées plage .
- 20% de fréquentation en plus sur les plages depuis 2002
- Eaux vives : 7 000 journées de pratiques/an pour le club de Moutiers

RETOMBÉES ECONOMIQUES

- Chiffre d'affaire direct de 7 millions d'Euros pour les activités nautiques
- Estimation entre 2 et 3 millions pour les activités aquatiques
- 250 équivalents temps pleins

➔ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- Diversité de pratique en Savoie
- Renommée internationale du lac d'Aiguebelette pour la pratique de l'aviron
- Renommée internationale de l'Isère pour la pratique du CK : championnats du monde à Bourg-Saint-Maurice (slalom) et/ou Aime La Plagne (descente) en 1969, 1987, 2002, 2012 ; et championnats de France très régulièrement (plusieurs milliers de nuitées générées).
- Surfréquentation de certains secteurs générant des conflits d'usage (Lac du Bourget)
- Label qualité « Station Nautique » pour La ville d'Aix les Bains et le lac du Bourget
- Difficulté des structures associatives pour accueillir des publics non-licenciés (touristes, jeunes, scolaires) : manque de matériel nautique adapté et de personnel encadrant qualifié (BE)
- Manque d'hébergement de groupe (sportif) autour du lac d'Aiguebelette

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | | |
|--|----------------------------|---|
| <p>Document cadre :</p> <p>Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001</p> <p>Plan tourisme : juin 2006</p> <p>Politique sectorielle APN : 2011</p> | <p>⇒</p> <p>⇒</p> <p>⇒</p> | <p>Diversifier l'offre touristique été et intersaison par le développement des filières touristiques</p> <p>Développer les loisirs à la population</p> <p>Favoriser les pratiques sportives</p> |
|--|----------------------------|---|

BILAN des réalisations du Département

↪ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

| | |
|--|--|
| <p>Développer la filière canoë-kayak</p> | <p>- 3 opérations d'aménagements de sites de canoë Kayak (sur le Guiers et la Haute Isère)</p> <p>- 2 projets en phase d'élaboration (sur l'Isère)</p> |
|--|--|

Pour les activités nautiques : cf. Fiche bilan sur le Projet grand lac et Fiche bilan sur les équipements touristiques pour les bases de loisirs des Mottets et du Lac d'Aiguebelette

↪ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|--|---|---|--|
| <p>- Des retombées économiques directes importantes pour les territoires : 9 à 10 M€ de CA</p> | <p>- Nouveau « Plan nautique » mis en place par le Département pour les collégiens savoyards pour favoriser la découverte des activités Canoë-Kayak, voile et aviron : Impact faible à ce jour, du à la place des activités nautiques dans les textes régissant l'EPS (seul le CK est inscrit sur la liste nationale des APSA) et à la capacité réduite des clubs des 3 disciplines d'accueillir des classes</p> <p>- Déficit d'offre sur les séjours scolaires et les colonies de vacances (type classes lacs) : cf. planning AJS-centre nautique du Bourget, quasi impossibilité de faire du séjour scolaire sur Aiguebelette</p> | <p>- Non évalué car pas de diagnostic environnemental préalable demandé en amont des projets d'aménagement (Sauf lorsque le statut réglementaire du lieu le nécessite, ex : zone protégée, site Natura 2000...)</p> | <p>- Augmentation de la fédération des actions via l'appui à la station nautique d'Aix les Bains</p> <p>- Quid de la gouvernance sur l'Isère entre compagnies de rafts entre-elles, entre pratiquants eaux vives et autres utilisateurs de la rivière : pêcheurs ? EDF ?</p> |

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°18

LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE : LES ACTIVITES SUR CORDE

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

↪ Données 2012

OFFRE :

- 40 Via-Ferrata en Savoie = plus grande concentration de VF de France pour un département
- 84 sites de pratique d'escalade dont 20 sites structurants, 12 Structures artificielles d'escalade
- 10 sites de canyoning
- 74 refuges
- 250 guides de haute montagne, 42 Brevets d'état d'escalade

FREQUENTATION et retombées éco :

- 2.5% de la population pratique l'escalade et l'alpinisme
- Pratique à la demi-journée (escalade ou VF) à la journée (alpinisme)
- Fréquentation moyenne d'une Via- ferrata en Savoie estimée entre 5 000 et 6000 passages/an. Marché mature. Gros boom dans les années 1990. Stabilisation dans les années 2000 (+28% en 2003). Fréquentation totale pour le Département estimée à 200 000 passages/an
- Canyoning : 6 000 journées par an et par canyon ⇒ l'activité canyoning représente 50 000 journées de pratique/an en Savoie.
- Chiffre d'affaire généré par l'encadrement des VF = 750 000€/an
- Vanoise = Deuxième site glaciaire de France derrière Chamonix
- 40 000 alpinistes par ans sur l'ensemble de la Savoie

↪ Points forts

- 50% des Via-ferrata accessibles sans préparation physique préalable : offre diversifiée et pour tous. VF de qualité. Pôle de la barrière de l'Esseillon.
- Quelques sites de pratique d'escalade structurant pour les touristes en séjour (St léger, Notre dame des Prés). D'autres site d'escalades sont de renommée nationale pour leur difficulté (La Chambotte, la Balme) et sont réservés aux plus sportifs. Quelques grandes voies d'escalade.
- Courses glacières parmi les plus belles des Alpes

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 du ⇒ Diversifier l'offre touristique en été et toute saison par le développement des filières touristiques

Plan tourisme : juin 2006 ⇒ Développer les loisirs à la population favoriser les pratiques sportives

Politique sectorielle APN : 2011

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

| | |
|---|---|
| Aménagement de nouvelles Via- ferrata et adaptation de sites existants | <ul style="list-style-type: none"> - 9 opérations de créations de Via-ferrata - 2 opérations d'extension de Via-ferrata - 4 dossiers d'aménagement des accès et équipements annexes de Via-ferrata existantes - Marché mature |
| Développement « qualitatif » des sites d'escalade naturels et développement de sites artificiels pour compenser la saturation des sites existants | <ul style="list-style-type: none"> - 7 dossiers d'équipement de sites d'escalade - 11 aménagements de Structure Artificielle d'Escalade |
| Aménagement de canyon et équipements annexes | <ul style="list-style-type: none"> - 3 opérations d'aménagements de canyon et de mise en sécurité des abords |

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|--|---|--|
| <p>Les prestations d'encadrement des VF ou sortie escalade pour les centres de vacances, colonies (...) constituent une part importante de l'activité des professionnels (BE, guides)</p> | <p>Les Via-ferratas et canyons sont des aménagements sportifs et ludiques qui favorisent une pratique de groupe entre jeunes</p> | <p>Non évalué car pas de diagnostic environnemental préalable demandé en amont des projets d'équipement (Sauf lorsque le statut réglementaire du lieu d'implantation le nécessite, ex : zone protégée, site Natura 2000...)</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Pas d'instance officielle de concertation des différents acteurs concernés (Collectivités locales, pratiquants, fédération, usagers ...) car pas encore de CDESI ni PDESI en Savoie - 2 Fédérations avec peu de concertation (FFME, CAF) - Problématique de l'équipement sauvage pour l'escalade - Problématique de l'entretien des sites d'escalade et de canyoning (responsabilité des collectivités locales) |

**BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME
AU REGARD DU CONFORTMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE**

**FICHE n°19
LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE : LES ACTIVITES AERIENNES**

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

OFFRE :

- Une trentaine de site de parapente sur l'ensemble du territoire
- Une petite trentaine de club et 15 écoles/club Ecole de Parapente

FREQUENTATION :

- Clientèle essentiellement masculine, de groupe.
- Plus de 200 décollages en Combe de Savoie les beaux dimanches

➔ Points forts / Eléments d'analyse

- Réalisation d'un schéma de cohérence des activités de Vol Libre au niveau du Parc des Bauges en partenariat avec la LPO et les clubs du territoire ⇒ Définition d'une politique globale de sensibilisation à l'environnement de pratique (mise en place de RIS sur l'ensemble des décollages et atterrissages du secteur)
- En Combe de savoie, les acteurs se structurent pour devenir une destination touristique Vol Libre (suite à la réalisation d'une étude d'opportunité de développement du Vol Libre en Combe de Savoie)
- 2014 : accueil d'une étape de la coupe de Monde de Parapente en Combe de Savoie.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

- | | |
|---|---|
| Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 | : ⇒ Diversifier l'offre touristique été et intersaison par le développement des filières touristiques |
| Plan tourisme : juin 2006 | : ⇒ Développer les loisirs à la population |
| Politique sectorielle APN : 2011 | : ⇒ Favoriser les pratiques sportives |

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Développer la filière aérospatiale (activité parapente)

9 opérations : aménagement d'aires de décollage et d'arrivée de parapente, sécurisation des sites, des accès, signalétique ...
1 étude de faisabilité /enjeux sur les 3 sites de parapente (vol libre, atterrissage, décollage) de Combe de Savoie

Bilan des réalisations :

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|---|---|--|
| Augmentation des retombées économiques liées à la pratique, par la structuration de l'offre en Combe de Savoie et la coupe du monde | Augmentation du confort d'usage (accessibilité handi) des sites de pratiques – cf. fiche bilan sur le tourisme adapté | Problème de cohabitation avec l'avifaune : - risque de dérangement des grands rapaces en période de nidification - mise en place de groupes de travail avec des associations d'usagers, Fédération, LPO... sur certains territoires pour une meilleure prise en compte de ces enjeux environnementaux (ex : PNR des Bauges) | Mobilisation des acteurs pour l'accueil de la clientèle libériste en Combe de Savoie |

**BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME
AU REGARD DU CONFORT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE**

**FICHE n°20
LE TOURISME ADAPTE : LES CONTRATS DE TERRITOIRES ADAPTES
ET LA CHARTE DEPARTEMENTALE**

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- L'offre adaptée et peu nombreuse et non continue.
- En 2010, définition d'une nouvelle charte avec un cadre plus clair et plus attractif pour les orientations et pour le réseau d'acteurs.
- L'objectif est de faire adhérer les communes et territoires à la charte et animer le réseau correspondant pour développer la notion de confort d'usage tout public.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

- Document cadre :**
Plan tourisme : juin 2006
- ⇒ Faire de la Savoie une véritable destination de tourisme adapté en favorisant l'émergence d'une offre de qualité basée sur l'accessibilité, le confort d'usage et le bien-être au plus grand nombre et la recherche de la satisfaction du client.
 - ⇒ Positionner l'accessibilité comme n'étant pas dédiée au seul handicap mais un outil de développement, ouvert au confort d'usage tout public.

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

- | | |
|--|---|
| Objectif opérationnel : | Bilan des réalisations : |
| Soutien et accompagnement aux projets d'ensemble publics et privés sur un site touristique reconnu | <ul style="list-style-type: none">- 2 programmes d'actions établis dans les territoires et contractualisés avec le Département :- le Haut Rhône signé en déc.2009 pour une enveloppe de 394 000 €- le Beaufortain signé en août 2010 pour une enveloppe de 400 000 €- Pas de demandes formulées par les 3 territoires pressentis initialement (Aix-les-Bains, Chambéry et Maurienne)- Environ 30 communes ou sites touristiques accompagnées sur la notion de confort d'usage tout public : 21 stations, PNV, PNR, communes,... |

| | |
|--|---|
| Diversité des prestations pour offrir une offre touristique complète | - Diversité des offres atteinte dans le champ de l'accessibilité : équipements sportifs : 5 dossiers, équipements publics : 3 dossiers, équipements culturels : 3 dossiers, sites de loisirs : 6 dossiers, Sites d'accueil : 3 dossiers, Sites naturels : 2 dossiers, Restauration : 2 dossiers |
| Adhésion à la charte et intégration au réseau correspondant | - Accompagnement opérationnel des collectivités et du réseau local (pluriannuel) pour les territoires identifiés (stations,..) - 60% des collectivités sollicités ont signé la charte, les autres sont en cours |
| Accompagnement et définition d'un projet local structuré et concerté | - Accompagnements techniques très variés sur des aménagements et prestations (espaces culturels, sportifs, OT, centres de vacances, remontées mécaniques, gites, Ecoles de ski...) |
| Sensibilisation et formation des acteurs et décideurs | - De 1 à 3 fois par an : réunions locales sur les territoires stations - Au moins une fois par an : réunion de réseau charte, formation accueil, formation fiche départementale, accessibilité - Tous les 2 à 3 ans : formation guide conférencier, agent et gardiens refuge PNV, remontées mécaniques ... - Participation annuelle : colloque DDT- formation des brevets d'Etat - Interventions occasionnelles à divers colloques rencontres |

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|--|--|------------------------|--|
| - Fréquentation des sites touristiques et marchands - Atout concurrentiel | - Mixité des clientèles et populations | ras | - Bilan positif quant à l'animation des contrats et la coordination des acteurs. |

➔ Analyse du bilan

- Partage d'une analyse (audit..) et d'un projet local commun privé ou public.
- Mobilisation effective des acteurs et des territoires (référents / charte) et des animateurs des Contrats de tourisme adaptés.
- Collaboration effective et croissante avec acteurs et opérateurs institutionnels et privés (DDT, MDPH, Associations, services du Conseil général, syndicats professionnels...)

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°21 LE TOURISME ADAPTE : LES PROMENADES CONFORT

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

↪ Contexte - Dispositif

- Des milliers de kms de chemin de randonnée sur le Département mais de rares sites de promenade adaptés à tout public.
- Objectif initial de 15 Promenades Confort dont au moins 2 par territoires.
- Décision BP 2012 : financement élargi à 25 promenades maximum.
- L'ensemble des 14 Promenades Savoyardes de Découverte (PSD) sont et doivent être obligatoirement constitués d'une promenade confort.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

Plan tourisme : juin 2006

⇒ Faire de la Savoie une véritable destination de tourisme adapté en favorisant l'émergence d'une offre de qualité basée sur l'accessibilité à toutes les déficiences, la fonctionnalité des lieux, le confort d'usage et le bien-être tout public.

⇒ Elaboration d'un nouveau concept de promenade de qualité, composante d'une PSD et sur la base d'un cahier des charges obligatoire : la Promenade Confort.

BILAN des réalisations du Département

↪ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Création de 25 Promenades Confort

Bilan des réalisations :

- 25 Promenades Confort seront financées à terme, dont 5 sont couplées à des PSD.
- D'autres sentiers pourront être homologués « promenades confort », bien que sans recevoir d'aide financière du Conseil général.

➤ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|---|--|---|
| - Réponse nouvelle et donc attractive sur un département de montagne - Atout concurrentiel | - Capacité à offrir dans tous les territoires des promenades accessibles à tous les publics | - Offre touristique qui participe à la mise en valeur des paysages | - Impact collectif d'un projet identifié ou non dans une démarche d'offre globale (charte |

➤ Analyse du bilan

- On constate le succès de ce produit : tous les territoires sont investis.
- La sélection attentive des promenades permet d'obtenir un réel attrait touristique.
- La « certification » Promenade Confort est reconnue et persiste malgré la fin du dispositif financier correspondant.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°22 LE TOURISME ADAPTE : LE DIFFUS

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

⇒ Constat

- L'offre adaptée et peu nombreuse.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre : ⇒ Faire de la Savoie une véritable destination de tourisme adapté en favorisant l'émergence d'une offre de qualité basée sur l'accessibilité à toutes les déficiences, le confort d'usage et le bien-être tout public, en accompagnant l'accès aux offres (ski, randonnée, baignade, musées,...)

Plan tourisme : juin 2006

⇒ Positionner l'accessibilité comme n'étant pas dédiée au seul handicap mais un outil de développement, ouvert au confort d'usage tout public.

BILAN des réalisations du Département

⇒ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

Travaux et aménagements diffus

- 12 projets relatifs à des travaux d'accessibilité :
 - 1 accès à un site nautique (base de canoë kayak le Bourget)
 - 2 accès à plan d'eau de pêche (Le Sauget, Ste Hélène)
 - 3 culturels (muséographie Mandrin, Pyramide du Mont Cenis, éco musée de Grésy sur Isère)
 - 2 bâtiments d'accueil (Aussois, La Forézane)
 - 1 accès à édifice religieux (Bessans)
 - 2 aires d'envol de parapente (Montlambert, Novalaise)
 - 1 belvédère (Ontex)

Equipements en matériels

- 43 demandes portant sur du matériel adapté à la pratique du ski, de la randonnée ou des sports aquatiques :
 - > 36 pour les activités d'hiver (dualski, tandemski, ...)
 - > 7 pour activité d'été (CIMGO, bateau Echo, fauteuil tout terrain, ...)

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|--|--|------------------------|---|
| - Elargissement et fidélisation des clientèles nouvelles et de leur entourage - Atout concurrentiel | - Qualité de l'accueil - Matériels souvent utilisables et utilisés pour d'autres usagers (séniors, ...) - Mixité de la clientèle | ras | - Parfois manque de lien entre les offres diffuses (matériel et travaux) sur un même secteur et entre les acteurs du réseau (Associations, OT..). |

➔ Analyse du bilan

- Le dispositif a permis de diversifier les offres adaptées au plus grand nombre, dont le public en situation de handicap.
- La montée en qualité des offres ainsi permise accroît la satisfaction du client.
- On remarque une forte motivation de certains porteurs de projets (partenaires publics et privés) pour adapter leur offre.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

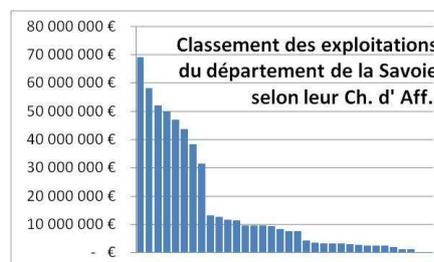
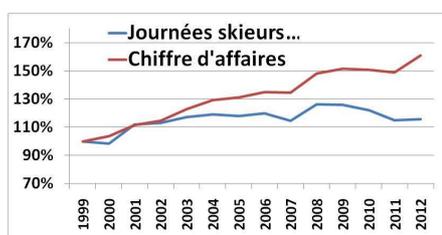
FICHE n°23 LES DOMAINES SKIABLES

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

↪ Contexte

Le territoire du département de la Savoie est particulièrement doué pour la pratique du ski, (relief, altitude, enneigement, accessibilité, organisation, force de vente, ...). Grâce à cela, il est devenu une destination leader appréciée par les clientèles nationales et internationales avec :

- un chiffre d'affaires des domaines de ski alpin qui atteint 511,8 millions d'euros soit 44 % du total France (source : SMBT – DSF 2009/2010)
- une bonne résistance à la maturité du marché de ski qui est en faible progression depuis une douzaine d'années.



Les sports d'hiver contribuent ainsi à la prospérité d'une soixantaine de stations de tailles et d'altitudes diverses, dont 44 équipées de remontées mécaniques exploitées par 37 opérateurs.

- o 8 dans les grandes stations de Tarentaise (25 000 à 50 000 lits chacune, avec un CA RM > à 30 M€) ;
- o 12 en stations moyennes (5 000 à 15 000 lits, avec un CA RM compris entre 7,5 et 15 M€) dotées d'une offre ski concurrentielle (domaine propre de grande ampleur ou liaison avec un grand domaine), équilibrées après des années d'efforts pour développer leur capacité d'accueil ;
- o 17 en petites stations (CA RM < à 3,5 M€) dont la rentabilité est - sauf exceptions liées aux conditions locales d'exploitation -, généralement insuffisante pour autofinancer le renouvellement des équipements.

Des domaines skiabiles qui ont été généralement dotés d'équipements de production de neige de culture diminuant les effets des aléas nivo-météorologiques sur les résultats (voir étude Paccard-CGal 73).

L'étude de Domaines Skiabiles de France réalisée en 2012 montre l'effet moteur du ski dans l'économie touristique : 1€ dépensé dans les RM génère 6 € dépensés dans la station.

↪ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

La politique départementale ciblait les stations moyennes et petites en situation difficile. Considérant les effets multiplicateurs de la taille des domaines skiabiles sur leur fréquentation et leur tarification, et les effets négatifs de leur petitesse sur les charges d'exploitation :

- ✓ Un premier volet commercial « grands domaines » consistait à améliorer les connections entre les domaines skiabiles existants, voire en créer de nouvelles afin de former des ensembles plus vastes, plus attractifs et, si possible, de regrouper les autorités organisatrices et /ou les exploitants ;

- ✓ Le second volet « sites isolés » enveloppait cette fois-ci les domaines isolés à l'équilibre précaire et portés par des collectivités en situation financière notoirement insuffisante. Ce volet devait permettre aux sites retenus de financer la modernisation des installations.
- ✓ Un troisième volet concernait les petits sites contribuant à l'équilibre de territoires ruraux fragiles.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Documents cadres :

Délibération de l'Assemblée départementale du 7 juin 2005

Plan tourisme : 12 juin 2006

⇒ Pour les stations moyennes et petites, en situation difficile compte tenu du vieillissement de leurs équipements et de l'insuffisance de leurs résultats, il s'agit d'éviter la déqualification des domaines skiables et leur garder une attractivité touristique pérenne en termes de retombées économiques et d'emplois.

BILAN des réalisations du Département

↪ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Volet Grands Domaines :
concentrer l'offre ski trop parcellisée dans des unités plus attractives, développer les synergies commerciales et contenir les charges d'exploitation ...

Bilan des réalisations :

- ✓ Rattachement du domaine de La Giettaz à celui du Jaillet en Haute-Savoie, création d'un SIVU, délégation de l'exploitation à une SEM, subventionnement de la modernisation du domaine de la Giettaz.
- ✓ Structuration de l'Espace Diamant
 - fiabilisation de l'enneigement des pistes de liaison Flumet, Notre Dame, Crest Voland, Cohennoz, Hauteluze, concentration des exploitations du Val d'Arly (1 seul exploitant contre 4 auparavant, création d'un SIVU Crest Voland - Cohennoz
 - complémentarités avec le domaine d'Arêches Beaufort : aménagement de pistes et neige de culture
- ✓ Val Cenis Termignon : subventionnement d'un appareil de liaison, création d'une SEM, d'une autorité organisatrice unique
- ✓ Sybelles :
 - Saint Colomban : désenclavement de la commune pour permettre le développement de la clientèle de séjour et de week-end
 - Saint Pancrace : subventionnement d'une zone d'initiation, reprise en concession de l'exploitation de 3 téléskis par la SOREMET, création d'un SIVU.

Progression CA domaines reliés :

- Progression CA Espace Diamant avec les Saisies : + 49%
- Idem secteur Val D'Arly (concentration 1 seul opérateur) : + 82%

| | |
|--|---|
| <p>Volet Domains Isolés : passer un cap d'investissement et s'inscrire dans une démarche de performance</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pralognan : remplacement de 2 TS + DSP à un opérateur privé ✓ Aussois : extension du réseau de neige de culture, restructuration du front de neige ✓ Modane Valfréjus : extension du réseau de neige de culture ✓ Albiez Montrond : subvention pour le remplacement de 2 TS, restructuration de l'accueil débutants, retenue collinaire ✓ Bessans : spécialisation accueil débutants : dépose TS, réalisation de TK, d'une zone ludique, modelage de pistes, neige de culture |
| <p>Petits sites : sauvegarde de l'équilibre de territoires ruraux fragiles</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Celliers - Communauté de communes des Vallées d'Aigueblanche : subventionnement du désenclavement de Celliers par une télécabine à petit débit ✓ Les Entremonts : réfection d'un télésiège à Saint-Pierre de Chartreuse, travaux sur pistes du granier et du Désert, mise aux normes de téléskis |

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Attractivité et rentabilité accrues des stations greffées sur les domaines reliés - Relative stabilité économique des stations moyennes - Peu de « sites dilemme » au regard de la situation dans les départements voisins - Mais menaces sur la pérennité des exploitations les plus fragiles | <ul style="list-style-type: none"> - Indirectement, maintien et/ou création d'emplois en stations | <ul style="list-style-type: none"> - La mise en valeur de liaisons, pour la plupart existantes, limite l'extension des domaines skiables et donc l'impact sur les espaces naturels | <ul style="list-style-type: none"> - Moindre engagement des collectivités locales : - 2005 : 44 exploitants dont 16 régies, 10 SEM et 18 SA - 2012 : 37 exploitants dont 9 régies, 8 SEM et 20 SA - Pour certains sites, mutualisation des moyens et définition d'objectifs communs (cf. canton de Modane) |

➔ Analyse du bilan

- Les actions menées par le Département en faveur de ces espaces peuvent être qualifiées de structurantes.
- Le dispositif a permis globalement le maintien d'une offre de ski de qualité.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°24 L'IMMOBILIER DE LOISIR

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➤ Données 2012

- La Savoie compte 707.500 lits touristiques, dont 622.600 en secteur montagne (soit 88 %), répartis ainsi :
 - Tarentaise : 397 200 lits dont 54% marchands
 - Maurienne : 157 600 lits dont 66% marchands
 - Beaufortain / Val d'Arly : 65 000 lits dont 44% marchands
(source : Observatoire SMBT)
- 50 à 85 % des logements touristiques des stations savoyardes ont plus de 20 ans.
- L'érosion du parc marchand, à lits constants, est évalué à 3,3% par an en Tarentaise.

➤ Appréciation sur l'évolution

- Un part importante des logements touristiques en station ne répond plus aux exigences de qualité de la clientèle actuelle ou potentielle.
- Or, l'hébergement est, avec la qualité du domaine skiable, l'un des principaux critères de satisfaction et de choix d'une destination pour la clientèle.
- Le parc marchand ancien, non rénové, sort progressivement des circuits de commercialisation traditionnels des stations.
- Un volume de lits équivalent aux sorties de baux commerciaux alimente le secteur diffus et a pour conséquence la baisse de l'activité économique des stations.

➤ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- Inscription de la politique départementale dans le dispositif national des ORIL (Opérations de rénovation de l'immobilier de loisir) et VRT (Villages résidentiels de tourisme).

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | | |
|--|--------|---|
| Documents cadres : | | |
| Délibérations de l'Assemblée départementale des 22 octobre 2001 et 9 juin 2008 | de | ⇒ la requalification des logements existants et leur mise en marché professionnelle |
| | des 22 | ⇒ l'amélioration de la lisibilité de l'offre des meublés de qualité |
| | | ⇒ la recherche d'une meilleure performance énergétique des copropriétés |

BILAN des réalisations du Département

➤ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

Requalifier les logements existants et les mettre en marché dans un circuit professionnel

Le fonds de concours travaux dans le cadre des ORIL a permis :
- de 2004 à 2012 : 800 appartements, soit 3 000 lits rénovés

Améliorer la lisibilité de l'offre des meublés de qualité

Le soutien à la labellisation Clévacances a permis :
- formation : une dizaine de stations en convention avec l'ATD
- animation : 3 postes d'animateur territorial (soit 1,5 ETP) et 2 postes via SMBT (soit 1,3 ETP sur 2 Départements)

=> 328 appartements labellisés (Source Sitra /Clévacances)

Obtenir une meilleure performance énergétique des copropriétés

Aucun résultat

➤ Bilan qualitatif

Impact économique

Impact social

Impact environnemental

Impact sur la gouvernance

Quelques résultats sur le CA des artisans locaux mais globalement, résultats faibles au regard des sommes engagées et de l'énergie déployée

Faible

Faible

Début d'une prise de conscience des enjeux, émergence de quelques politiques propriétaires adaptées au contexte local

➤ Analyse du bilan

- Globalement, on constate un très faible taux du parc rénové.
- La politique nationale a été lourde à mettre en place et peu incitative pour les propriétaires.
- D'autre part, on remarque des logiques patrimoniales qui remplacent la logique économique originelle.
- Toutefois, en dehors de ce dispositif, des initiatives intéressantes ont été conduites par les stations pour améliorer la commercialisation des lits détenus par des propriétaires privés (politiques propriétaires, labels, centrales de réservation...).
- Enfin, le choix du label Clévacances pour mobiliser les propriétaires sur l'amélioration de leur offre et l'amélioration de leur commercialisation paraît adapté aux types de meublés en stations.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°25 LE TOURISME CULTUREL : LE PATRIMOINE HISTORIQUE

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➤ Données 2012

- Fréquentation des itinéraires de valorisation du patrimoine FACIM :
46 000 visiteurs / an en circuits accompagnés, 55 000 en visiteurs individuels.
- Fréquentation moyenne de l'ensemble des 21 sites du réseau des musées et maisons thématiques : 100 000 visiteurs / an,
mais la plupart des sites présentent une fréquentation sensiblement en dessous de 10 000 visiteurs / an et déficit moyen de 25-30 000 € (charge salariale essentiellement).

➤ Appréciation sur l'évolution

- Fréquentation des expositions en forte hausse depuis les actions Plan tourisme (2009-2012) :
 - Grange batelière Hautecombe : 30 000 visiteurs/an sur les étés 2010-2011-2012
 - Château des ducs de Savoie, chambre des comptes : 33 000 visiteurs 2009, 45 000 en 2010, 42 000 en 2011 et plus de 45 000 en 2012

➤ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

Politique de valorisation du patrimoine axée depuis 1992 sur le patrimoine de proximité (chapelles) et les circuits de visite et valorisation de la FACIM (4 circuits + Pays d'art et d'histoire).

Les sondages montrent une faible perception de la dimension patrimoniale de l'offre en Savoie. Les visiteurs viennent d'abord pour la neige, éventuellement pour le tourisme d'été en pleine nature.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|---|
| Documents cadres : | ⇒ L'objectif stratégique du département est la sauvegarde et la valorisation du patrimoine historique de la Savoie. |
| Dispositif départemental en faveur du patrimoine : 1992 | ⇒ Cet objectif se décline sous deux dimensions complémentaires : |
| Plan tourisme : 12 juin 2006 | -> favoriser l'accès de tous à la Culture, -> renforcer l'attractivité touristique des territoires. |

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

Aménager les sites patrimoniaux majeurs pour acquérir une visibilité au-delà des territoires

Cinq grands chantiers pour un montant total de 1 690 000 € :

- Château des ducs de Savoie avec deux opérations et la restauration de la Sainte-Chapelle ;
- l'aménagement de la Grange batelière de l'abbaye de Hautecombe
- les forts de l'Esseillon avec la Redoute Marie-Thérèse sur Avrieux (achèvement de la restauration) et Aussois (fort Victor-Emmanuel : projet de mise en sécurité pour l'ouverture aux visites)
- la préservation et la valorisation du site historique du Petit St Bernard
- Le CIAP de Chambéry

Les projets d'aménagements et mise en valeur au château des ducs et à l'abbaye de Hautecombe sont achevés. Ils peuvent être considérés comme un grand succès par rapport aux objectifs :

* au Château des ducs, c'est la création « ex nihilo » d'une fréquentation de 45 000 visiteurs/an (soit le second site patrimonial du département après Hautecombe) ;

* A Hautecombe, création d'une offre d'exposition diversifiée pour 30 000 visiteurs/an qui a contribué à renforcer la fréquentation du site de Hautecombe (repassé depuis 2010 de 80 000 visiteurs/an (comptage routier) à + 100 000 visiteurs/an.

Les projets d'aménagement et valorisation sur l'Esseillon et le Petit-St-Bernard sont en bonne voie de réalisation. Il est toutefois trop tôt pour tirer des conclusions sur leurs effets en termes de fréquentation.

Le programme de mise en sécurité des chapelles permet d'assurer avec un taux d'aide élevé une mise en visibilité de l'intérieur des chapelles baroques tout en préservant la sécurité. Un crédit de 300 000 € a été réservé à ces opérations.

Préserver le patrimoine, mise en sécurité des chapelles

Après un démarrage assez lent de cette action, elle a depuis deux ans atteint son rythme de croisière. Plus de 12 sites ont été aménagés. Les retours venant des maîtres d'ouvrage indiquent une grande satisfaction de la mise en visibilité. L'impact sur la fréquentation touristique reste à mesurer.

Les crédits encore disponibles sur le budget prévisionnel pourraient permettre d'aménager encore une dizaine de sites.

Structurer l'offre

L'action de structuration de l'offre culturelle autour du patrimoine bénéficiait d'un crédit prévisionnel de 250 000 € dans la maquette initiale du Plan tourisme. Ce budget devait permettre de créer des itinéraires de découverte du patrimoine transfrontalier, dans le cadre de projets Interreg-Alcotra. Toutefois, seul le projet du Petit St Bernard a été retenu dans ce cadre. Les crédits restant (150 000 €) ont été affectés aux études préalables du projet de Musée Savoisien, devenu au cours de l'année 2010 le principal

projet structurant l'offre patrimoniale à l'échelle des territoires. La dimension territoriale du projet du Musée Savoisien a été réaffirmée : le musée doit apporter aux territoires son expertise pour contribuer à la visibilité de leur patrimoine et leur permettre de monter des projets en partenariat.

Les études préalables au projet du Musée Savoisien ont été achevées. Il est trop tôt pour mesurer l'impact sur la fréquentation touristique et culturelle, toutefois dès l'année 2012 (première année de gestion départementale), le Musée Savoisien devrait accroître sensiblement sa fréquentation, passant de 15 000 visiteurs/an à plus de 20 000. Il convient cependant de rappeler que l'objectif du projet se situe au-delà de 50 000 visiteurs/an et surtout avec des actions déployées chaque année sur plusieurs territoires (PNR-Bauges autour du photographe Aymonier en 2013...)

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Les grands projets d'aménagement de sites patrimoniaux ont permis une hausse de fréquentation. Les retombées économiques restent toutefois à mesurer. - Les grands sites départementaux ont déjà acquis une attractivité nouvelle. A noter 30% de visiteurs étrangers à Hautecombe et au Château des ducs, dont 20% Italiens | <ul style="list-style-type: none"> - La meilleure visibilité des principaux éléments du patrimoine de la Savoie est un élément important pour l'adhésion des habitants aux territoires, notamment les nouveaux habitants. - Les aspects éducatifs de la valorisation des sites sont systématiquement pris en compte par ailleurs (parcours enfants, visites scolaires...). | <ul style="list-style-type: none"> - L'impact environnemental d'un accroissement des visiteurs sur des sites qui ne sont pas bien reliés aux transports en commun est a priori négatif. - Il convient toutefois de noter que la restauration des sites patrimoniaux est par définition un investissement de développement durable, créant à l'échelle de 50 à 100 ans une ressource pérenne pour l'attractivité des territoires. | <ul style="list-style-type: none"> - Les grands projets départementaux lancés dans le cadre du plan tourisme ont permis dans la plupart des cas d'instaurer des partenariats efficaces avec les structures locales, tant les communes et intercommunalités que pour l'organisation des visites (conventions avec les guides du patrimoine, avec les OT)... |

➔ Analyse du bilan

- Globalement, la Savoie dispose d'une bonne couverture territoriale des sites patrimoniaux (monuments, musées) et des circuits de découverte (Pays d'art et d'histoire, itinéraires remarquables, FACIM).
- Les habitants, y compris « nouveaux habitants » sont très attachés à ce patrimoine et à sa mise en valeur.
- Cependant, on observe une faible visibilité de ce patrimoine à l'échelle régionale et à plus forte raison à l'échelle nationale ou européenne.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°26 LE TOURISME CULTUREL : LES FESTIVALS

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

- 53 festivals ont été aidés en 2012 sur tout le département, dont certains bénéficient d'une très bonne renommée.
- En 2011, le nombre d'entrée aux festivals soutenus par le dispositif départemental s'élevait à 150 000 entrées.

➔ Appréciation sur l'évolution

- Fréquentation des festivals soutenus sur le dispositif dédié (nombre d'entrées) :
2004 : 60 000
2008 : 116 000
2011 : 150 000
- Taux de remplissage
2008 : 77 %
2011 : 85 %

Le nombre d'entrées des festivals augmente, cela peut traduire un nombre de spectateurs plus important ou une plus grande fidélisation.

Ces festivals sont les plus importants, d'autres, plus petits, sont également soutenus sur d'autres dispositifs. Ceux-ci ont vocation à élargir sur le dispositif dédié dès lors qu'ils remplissent les critères.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

Délibération de l'Assemblée départementale du 15 octobre 2012

- ⇒ Développer une offre artistique de qualité et soutenir les artistes
- ⇒ Favoriser un aménagement culturel le plus équilibré possible des territoires

➔ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|--|--|---|--|
| - Hausse des entrées au spectacle ; circuit économique plus important ; retombées plus importantes | - Tissu associatif plus reconnu par les usagers - Offre culturelle et artistique équivalente sur tous les territoires | - Davantage de festivals de qualité sur les territoires = moins de déplacement dans les centres urbains | - Travail initié avec les Syndicats mixtes des territoires afin de proposer ensemble une offre cohérente |

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°27 L'AGRITOURISME

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

- L'agritourisme est une opportunité pour les agriculteurs de diversifier leur activité de base et d'ouvrir leur exploitation ou produits aux touristes afin d'en tirer des revenus supplémentaires.
- En Savoie, l'offre d'accueil à la ferme reste faiblement développée :
 - 44 exploitations labellisées Bienvenue à la ferme. Animation par la Chambre d'agriculture,
 - 10 fermes pédagogiques accueillent des scolaires,
 - 33 hébergements à la ferme créés depuis 2000.

➔ Appréciation sur l'évolution

- Obtention du label œnotourisme « Vignoble et Découverte » pour les vignobles de la combe de Savoie et les vignobles du lac du Bourget (150 prestataires dont 40 viticulteurs).
- Création de circuits de découverte des alpages par la FACIM impliquant alpagistes, accompagnateurs en montagne et guides conférenciers : 3 000 visiteurs en 2012. 110 guides et accompagnateurs formés en 2010 par la Chambre d'agriculture
- Positionnement de quelques territoires sur l'agritourisme : Maurienne (« la Maurienne dans l'assiette », réalisation d'une étude sur les circuits courts en 2010), massif des Bauges.

➔ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- Filière annoncée dans le schéma tourisme de 2001 mais devant relever de la politique agricole.
- Réponse apportée au titre du Plan tourisme au gré des opportunités et de la pertinence des projets.
- Groupe de travail créé en 2008 pour favoriser la filière. Les objectifs et plan d'actions ont été validé par le Conseil général :

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|---|
| Documents cadres : | ⇒ Renforcer le partenariat entre le tourisme et l'agriculture |
| Schéma départemental du tourisme : 2001 | ⇒ Développer une offre touristique fondée sur des territoires, des thématiques et des acteurs |
| Plan tourisme : 12 juin 2006 | ⇒ Participer à l'accueil des visiteurs grâce à des produits issus de l'agriculture savoyarde |

BILAN des réalisations du Département

➤ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Politique agricole du Département : diversifier les activités portées par les agriculteurs pour répondre aux attentes des clientèles permanentes et touristiques des espaces ruraux et péri urbains

Opérer un rapprochement des Commissions agriculture et tourisme des territoires pour renforcer le partenariat agriculture/tourisme

Bilan des réalisations :

- Sur 2000-2012, le Département a soutenu 7 projets de diversification avec principalement la création de fermes pédagogiques et salles d'accueil. Le FEADER peut être mobilisé pour les opérations visant : la vente à la ferme, la diversification innovante, l'accueil à la ferme.
- Parallèlement, dans le cadre du Plan tourisme, le Conseil général a soutenu deux opérations :
 - la création de deux gîtes ruraux sur une exploitation viticole, petits fruits et ferme pédagogique aux Marches
 - une opération de ferme pédagogique à Bramans

- 110 accompagnateurs et guides conférenciers formés
- 3000 visiteurs sur les circuits FACIM en 2012
- Réunions dans les territoires et auprès de l'université
- Deux territoires labellisés vignobles et découverte (150 prestataires)
- Opération la « Maurienne dans l'assiette »

➤ Bilan qualitatif

Impact économique

- Création d'un chiffre d'affaire pour les agriculteurs concernés

Impact social

- Création ou confortement d'emplois
- Aspects éducatifs sur l'activité agricole

Impact environnemental

- Circuits courts limitant le transport des marchandises

Impact sur la gouvernance

- Relations plus fortes entre le milieu agricole et les autres acteurs de la société

➤ Analyse du bilan

- L'offre est toujours faible, la diversification s'exprime sous d'autres formes via le développement de thématiques sur les territoires (oenotourisme, gastronomie...).
- Il est nécessaire de prévoir de l'animation pour sensibiliser les professionnels du tourisme et de l'agriculture à la complémentarité des activités.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°28 LES INFRASTRUCTURES NUMERIQUES

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Contexte

- 99,65 % des lignes téléphoniques de la Savoie sont accessibles au haut débit via l'ADSL (débit supérieur à 512 Kb/s).
- 8 % des lignes sont dites « grises », c'est-à-dire avec débit inférieur à 2 Mb/s.
- Concernant le Haut débit, on observe un manque de compétition entre opérateurs, entraînant une tarification souvent rédhitoire pour les entreprises (y compris hôtels).
Le dégroupage est encore insuffisant, mais toujours en progression.
En station, il n'existe pas d'offre satisfaisante de détail adaptée à la saisonnalité.
- Concernant l'offre Mobile, la couverture 2G+ et 3G avec plus d'un opérateur n'est pas exhaustive sur les zones urbanisées de montagne, bien que assez satisfaisante.
La qualité de service n'est pas toujours au niveau des nouveaux usages (Internet mobile).
Les données ne sont pas connues sur la couverture dans les sites d'Activités de Pleine Nature.
- Une DSP a été lancée en vue d'une couverture du territoire par la fibre en 10 ans, en complémentarité avec les déploiements annoncés par les opérateurs privés dans 43 communes de plaine (dont Albertville).
Les cibles prioritaires sont les zones grises ADSL, les entreprises, les stations et les sites publics.

➔ Éléments d'appréciation

- Cette thématique ne relevait pas directement de la politique Montagne et Tourisme mais elle concoure au développement de l'offre.
- Il s'agira de voir s'il convient de faire des passerelles plus fortes à l'avenir.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

Schéma départemental
d'aménagement
numérique : avril 2012

⇒ Desserte très haut débit de l'ensemble des usagers : ménages et entreprises

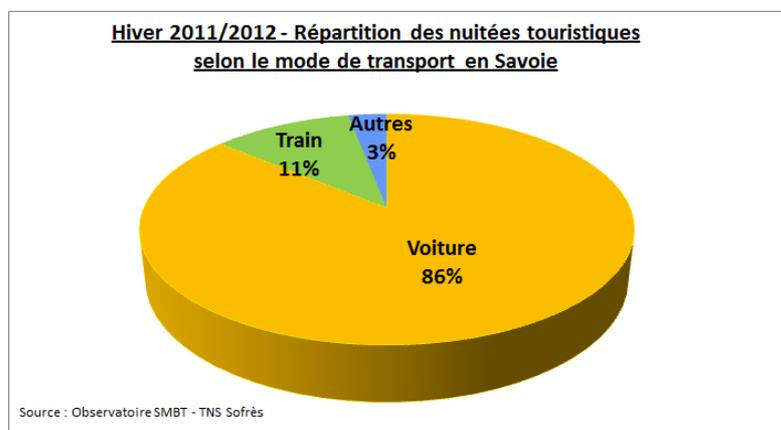
BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°29 LES TRANSPORTS ET DEPLACEMENTS

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

- Concernant l'intermodalité :
L'utilisation du train entraîne une utilisation du car à 80 %
L'utilisation de l'avion entraîne une utilisation du car à 90 %
- 86% de la fréquentation en séjour vient en voiture en 2012.



➔ Appréciation sur l'évolution

- Le chiffre de la fréquentation du réseau est stable.
- Les ventes en ligne de titres ont augmenté de +30 % en 10 ans.

➔ Remarque

- Cette thématique ne relevait pas directement de la politique Montagne et Tourisme mais elle concourt au développement de l'offre.
- Il s'agira de voir s'il convient de faire des passerelles plus fortes.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

Politique Transport

- ⇒ Améliorer l'accessibilité des stations en hiver
- ⇒ Améliorer l'utilisation des transports en commun pour se rendre sur les destinations touristiques et améliorer la fluidité du réseau routier.

BILAN des réalisations du Département

➤ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

Accessibilité des stations en hiver

- Mise en place de 34 lignes touristiques saisonnières assurant la desserte de pratiquement toutes les stations
=> plus de 450 000 usagers utilisent les services de car
- 8 gares routières assurent l'intermodalité TGV-car
- 1 gare routière assure l'interconnexion avion / car
- Mise en place d'une nouvelle tarification en 2009, plus simple et moins chère.

Utilisation des transports en commun pour se rendre sur les destinations touristiques

- Mise en place d'une centrale de mobilité Mobisavoie en 2009
=> 113 000 ventes en ligne chaque année
- Mise en place des lignes Nature transportant vélos et VTT : 3 lignes créées (depuis 2009)
- Mise en place de la ligne des plages existe depuis 2002
=> lignes Nature + plages : 30 000 voyages durant la saison estivale

➤ Analyse du bilan

- On constate une amélioration de la lisibilité de l'offre de transport, grâce à Mobisavoie et à la vente en ligne.
- L'intermodalité reste encore à organiser.
- La Savoie reste dans la moyenne alpine de la part d'usage en transports en commun (15,20%)
- L'expérimentation avec les territoires pour développer une offre de navettes spécialisées en fonction des activités, notamment pour le VTT, est réussie.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°30 LE SOUTIEN AUX STRUCTURES OEUVRANT EN FAVEUR DU TOURISME ET DE LA MONTAGNE

CONTEXTE

De nombreuses structures intervenant dans le domaine du tourisme et de la montagne ont bénéficié d'aides du Conseil général pour mener leurs actions. On peut distinguer trois types de bénéficiaires :

- Les structures qui contribuent à la mise en œuvre de la politique du Conseil général comme :
 - L'ATD,
 - l'UDOTSI,
 - Savoie Mont Blanc Tourisme,
 - Loisirs Accueil Savoie,
 - la Fondation Facim,
 - l'ASADAC
 - etc.
- Les structures qui fédèrent les acteurs d'une filière prioritaire du Conseil général comme :
 - la Fédération départementale de la pêche,
 - la Fédération départementale du tourisme associatif,
 - Savoie Nordique,
 - Savoie Haute-Savoie Junior
 - l'Association Savoyarde des Classes de Découverte,
 - la Fédération Française des Clubs Alpains et de Montagne
 - etc.
- Les structures qui regroupent des adhérents d'une marque ou d'un secteur d'activité comme :
 - l'association des Gites de France-Savoie,
 - les Logis de France-Savoie,
 - Accueil paysans Savoie,
 - Equisabaudia,
 - etc.

parmi lesquelles il faut distinguer celles qui proposent une ingénierie au service de la qualification de l'offre et de l'animation de réseaux d'acteurs contribuant ainsi à structurer l'offre et les acteurs socio-professionnels, de celles qui concentrent leurs actions sur la communication de leurs prestations ou de leurs adhérents.

BILAN

Toutes les structures ont leur légitimité sur le territoire et auprès des acteurs ; cependant les actions de certaines convergent davantage avec les priorités départementales en matière de tourisme.

Élément marqueur de cette décennie, la création de Savoie Mont Blanc Tourisme en 2006, la Savoie bénéficie aujourd'hui d'un outil de promotion bi-départemental performant et structurant pour être visible et compétitif sur le marché du tourisme.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°31 INGENIERIE DES TERRITOIRES

CONTEXTE

Le Conseil général par ses contrats territoriaux a financé des postes d'animateurs touristiques. On peut identifier :

- Les animateurs en charge de développer, structurer et promouvoir le tourisme de manière globale.
Cinq des sept territoires savoyards ont bénéficié de l'aide départementale.
- Les animateurs spécialisés sur une filière reconnue comme prioritaire sur le territoire comme le vélo en Tarentaise-Vanoise, le tourisme adapté dans le Beaufortain et le Haut-Rhône, l'immobilier de loisir via le label Clévacances dans les stations moyennes, les activités de pleine nature dans le massif de la Lauzière.
6 postes ont été soutenus dans ce cadre.

BILAN

Globalement, le soutien aux structures et aux territoires a fortement contribué à organiser les acteurs du tourisme en Savoie.

Cependant, malgré la présence d'animateurs en charge de thématiques similaires, ces derniers sont relativement isolés les uns des autres et ne bénéficient pas assez d'un partage d'expériences et de réflexions sur les problématiques de développement touristique.

**BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME
AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE**

**FICHE n°32
COMMUNICATION ET PROMOTION DES TERRITOIRES**

CONTEXTE

Les sept territoires savoyards ont bénéficié d'une aide du Département pour développer des supports numériques de communication (sites internet, cartes interactives...) et des brochures promotionnelles (guides, magazines, cartes touristiques...).

Certains d'entre eux ont été aidés pour des campagnes photographiques, des relations presse, de l'évènementiel.

BILAN

Plusieurs questions se posent aujourd'hui :

- celle de la pertinence des supports de communication (papier, internet...),
- de la portée des actions engagées (niveau local, départemental, régional, national) afin d'éviter les redondances ou la concurrence avec des actions similaires portées à un autre niveau et également financées par le Département.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°33 COMMERCIALISATION DES PRODUITS

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX

➔ Données 2012

- Le Conseil général soutient le Service Loisirs Accueil Savoie (Savoie Mont Blanc Réservation - SMBR), structure possédant une licence d'agence de voyage et donc apte à créer et commercialiser des produits touristiques packagés. Son domaine d'intervention se situe aujourd'hui essentiellement dans la commercialisation de meublés de tourisme et de chambres d'hôtes labellisés Gîtes de France et Clévacances et dans la commercialisation d'hébergements lors de grands événements sportifs ou des congrès.

BILAN des réalisations

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

Commercialisation de produits locatifs labellisés gîtes de France et Clévacances

- SMBR commercialise une offre de 480 meublés labellisés (Gîtes de France et Clévacances)

Si quantitativement cette offre est restée stable depuis plusieurs années, la qualité de celle-ci s'est considérablement accrue.

En complément est commercialisé une cinquantaine de chambres d'hôtes réparties sur l'ensemble du département.

- Cette offre commerciale labellisée est également présente sur les sites internet de territoires via des interfaces technologiques développés à notre demande. (Maurienne Tourisme, Arlysère, Chartreuse Tourisme...)

- SMBR propose également un accompagnement quant à la mise en marché de ces biens.

Production et vente de produits à destination d'une clientèle d'individuels

Des produits touristiques correspondant à des thématiques de développement et de communication ont été conçus.

Ces actions permettent entre autres de :

- Identifier les produits existants sur le territoire
- Créer de nouveaux produits
- Fédérer les professionnels qui proposent ces services

Des actions de formation auprès des territoires, auprès des offices de tourisme ou autres services de développement locaux sont également conduites.

Les thématiques travaillées depuis plus de 10 ans :

Production et vente de produits à destination d'une clientèle d'individuels

Tourisme Halieutique : production d'une offre proposant un hébergement et la prestation d'un guide de pêche, multi saisons et multi clientèles (famille, enfants en stage..). Ce travail a été réalisé, en partie, avec la fédération départementale de pêche.

Tourisme adapté : Création d'une offre de séjours « hiver » associant hébergement accessible et services d'accompagnement de type cours de ski..., en partenariat avec le chargé de mission Tourisme et Handicap du département.

Cyclotourisme : Un travail a été effectué concernant l'identification d'une offre destinée aux cyclotouristes associant des hébergements qualifiés et une prestation de portage des bagages, des stages de découvertes avec à la clé l'ascension des plus beaux cols du département. Et Offre famille sur pistes cyclables...

Randonnée pédestre : Identification des acteurs proposant cette prestation, des circuits proposés et création en complément de nouveaux produits associant un hébergement à une randonnée. De nouveaux formats de séjours sont créés quand ceux-ci n'existent pas sur le territoire. Ce travail est aussi réalisé, pour partie, en collaboration avec le syndicat des accompagnateurs de moyenne montagne.

Randonnée Nordique : Production d'une offre associant un hébergement, un stage de découverte des activités nordiques (ski et raquettes), des balades en chiens de traineau. Ce travail a été réalisé en partenariat avec Savoie Nordique.

Création d'une offre de courts séjours : ceci sur différentes thématiques sur les saisons Printemps Eté Automne, principalement en zone de plaine et à proximité des lacs. Les thématiques retenues :

- La découverte de nos lacs avec des produits de type croisière
- Le bien être avec la création spécifique de séjours
- Le romantisme et la gastronomie en court-séjours pour les couples

Tourisme Culturel et urbain : En collaboration avec les offices de tourisme un certain nombre de produits associant une découverte de ville, de musée et autres lieux de visite culturelle ont été montés et proposés à une clientèle en séjours comme de passage.

Agritourisme : En relation avec les services de la chambre d'agriculture un travail a mené à la constitution d'une offre proposant un hébergement et une formule de découverte de l'agriculture et de ses produits. Ces produits ont été largement distribués via des coffrets cadeaux.

Ils associent un hébergement de type chambre d'hôtes à la visite d'une cave, d'une ferme et bien entendu propose une dégustation des produits agricoles de Savoie.

Onotourisme : SMBR a participé activement au travail de labellisation de deux régions viticoles de Savoie. Notre très bonne connaissance des acteurs professionnels travaillant dans ce secteur d'activité, notre grande expérience en matière de qualification ont permis d'être retenu pour les deux territoires comme l'agence réceptive pilote et obligatoire quant à l'obtention du label pour les deux territoires concernés.

Production et vente de produits à destination d'une clientèle groupe sur l'ensemble des deux départements en lien avec Savoie Mont Blanc

- Production de séjours touristiques à destination d'une clientèle d'autocaristes, de clubs et associations.

- SMBR propose de multiples formats de séjours, à la journée comme en séjours de plusieurs nuits et ceci sur l'ensemble du territoire de Savoie Mont Blanc.

- SMBR propose des produits thématiques actualisés chaque année.

- Les thèmes retenus sont des idées découvertes, la visite de sites remarquables et patrimoniaux.

- SMBR s'attache également à promouvoir des produits, des destinations méconnues en les rassemblant à des lieux bénéficiant d'une plus grande notoriété.

Chaque groupe bénéficie d'une offre personnalisée, d'un carnet de voyage détaillé.

Plus de 1000 clients sont ainsi reçus chaque année.

Événementiel : production et vente d'hébergements associée à la réalisation d'une manifestation sportive ou d'un congrès

- SMBR traite à la demande d'offices de Tourisme, de comités d'organisation l'ensemble des aspects liés à l'hébergement de leurs manifestations.

- Ont ainsi été traités :

Le Congrès de la Fédération nationale des offices de tourisme

De multiples championnats de France de boule à Chambéry et Aix les Bains

Le championnat du monde de course d'orientation en 2011

Le congrès annuel des sapeurs pompiers à Chambéry en 2013

En 2014 la Coupe du Monde d'Aviron et en 2015 le championnat du monde d'aviron.

Pour ces manifestations SMBR traite indifféremment l'hébergement des athlètes, des fédérations, des VIP.

Conjointement SMBR travaille en partenariat avec l'office de tourisme de Chambéry à l'organisation de grand ski pour les trois prochaines années.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°34 DEMARCHES INNOVANTES AUTOUR DES TERRITOIRES ET DES THEMATIQUES

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➤ Appréciation sur l'évolution

- Plusieurs territoires labellisés depuis 1990 :
 - 3 Villes ou Pays d'Art et d'Histoire (VPAH) : Chambéry, Albertville, Hautes vallées de Savoie + la labellisation Aix les Bains en cours
 - Une station nautique : Aix les Bains-lac du Bourget (2002)
 - Un Géopark : PNR des Bauges (2011)
 - 2 territoires labellisés Vignobles & découvertes : Cœur de Savoie et Lac du Bourget (2011)
- D'autres démarches se sont développées, comme le positionnement cyclotourisme en Maurienne par exemple.

➤ Points forts / Points faibles / Eléments d'analyse

- Un des points forts de ces démarches de labellisation des territoires est qu'elles engendrent l'appartenance à un réseau national ou international qui est reconnu.
- Des animateurs au niveau local sont indispensables pour la réussite.
- Un travail régulier sur les connaissances scientifiques et techniques liées au label est nécessaire.
- Ces démarches s'appuient sur des liens forts avec les collectivités locales.
- Ce travail se fait en partenariat avec les institutions (OT, ATD, SMBT, CIVS, Chambre d'agriculture, fédérations, DRAC...).
- Globalement, le label constitue une démarche de progrès pour les prestataires et de qualification de l'offre pour les clients.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

- Document cadre :**
- Plan tourisme : juin 2006
- ⇒ Contribuer à des démarches de développement des territoires fondées sur le choix d'une thématique et la mobilisation des acteurs publics, institutionnels et privés.
 - ⇒ Renforcer l'identification de la destination par le choix d'une thématique légitime
 - ⇒ Améliorer l'activité économique des prestataires par une fréquentation plus importante et de meilleures habitudes de travail collectif

BILAN des réalisations du Département

➤ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

Contribuer à des démarches de développement des territoires fondées sur le choix d'une thématique et la mobilisation des acteurs publics, institutionnels et privés.

- VPAH : collectivités (villes de Chambéry, Albertville, SPM, APTV, Confluences, Val d'Arly) signataires des conventions avec l'Etat et financeurs des programmes d'action

- Station nautique : portage du label et des actions par la ville et l'OT d'Aix les Bains

- Géopark : le PNR des Bauges est devenu Géopark des Bauges. Portage et animation des actions

- Vignobles & découvertes : portage des projets par des communautés de communes, financement des actions dans le cadre d'ententes intercommunautaires

Renforcer l'identification de la destination par le choix d'une thématique légitime

- Communication spécifique aux territoires en fonction des thématiques et dans le cadre également d'une communication mus globale par les réseaux nationaux ou internationaux

Améliorer l'activité économique des prestataires par une fréquentation plus importante et de meilleures habitudes de travail collectif

- Station nautique : 40 prestataires impliqués

- Vignobles & découvertes : 150 prestataires impliqués. Formations, éductours réalisés dès 2011

- VPAH : entre 10 000 et 45 000 visiteurs selon les VPAH. 50 guides conférenciers environ

➤ Bilan qualitatif

Impact économique

- Qualification et développement de l'offre générant du chiffre d'affaires pour les prestataires

Impact social

- Mise en réseau des professionnels
 - Organisation de formation
 - Consolidation des métiers
 - Accompagnement des prestataires et des territoires en ingénierie

Impact environnemental

Impact sur la gouvernance

- Création de réseaux facilitant le travail collectif
 - Réseaux impliquant collectivités, institutions et prestataires privés

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°35 PRISES DE PARTICIPATIONS DANS LA GESTION DES DOMAINES SKIABLES

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Contexte

- Face à l'importance du tourisme d'hiver pour la Savoie, et aux fragilités que présente cette activité qui se développe dans un contexte fortement concurrentiel, au-delà de ses missions traditionnelles, le Département a depuis longtemps affiché une politique volontariste en faveur des stations et son engagement a pris au cours des années des formes diverses.
- Dans les années 2000, le Conseil général poursuit son intervention en faveur des stations à un moment où l'activité touristique hivernale doit s'adapter pour répondre à l'évolution des attentes d'une clientèle de plus en plus diversifiée et où une nouvelle approche dans la gestion des ressources naturelles et humaines doit être mise en œuvre.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|------------------------|---|
| Dates-Clés : | ⇒ Diffuser le tourisme à l'ensemble des massifs savoyards |
| 1997 : création de SSP | ⇒ Assouplir la gestion des domaines skiables par le biais de la gestion privée |
| 2000 : création de S3V | ⇒ Favoriser l'émergence de projets immobiliers de loisirs dans les stations de sport d'hiver en cas de carence de l'initiative privée |

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Diffuser le tourisme à l'ensemble des massifs savoyards : création de Syndicats mixtes

Assouplir la gestion des domaines skiables par le biais de la gestion privée : participation à des Sociétés d'économie mixte (SEM)

Bilan des réalisations :

Constitution des Syndicats mixtes du Margériaz dans les Bauges et des Islettes à Valmeinier

Participation aux SEM suivantes :
- gestion directe des domaines skiables : Société des Trois Vallées (S3V), SEMVAL, SEM des Bauges
- gestion indirecte des domaines skiables : via Savoie Stations Participation (SSP) : 14 domaines concernés
- aménagement de stations : Société d'Aménagement de la Savoie (SAS)

Favoriser l'émergence de projets immobiliers de loisirs dans les stations de sport d'hier en cas de carence de l'initiative privée

Création de Savoie Stations Développement Immobilier (SSDI)

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°36 POLITIQUE EN FAVEUR DES SAISONNIERS

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Constat de départ

Il existe un fort décalage entre le développement des stations et la qualité de vie et de travail des saisonniers : manque de logements dédiés aux travailleurs saisonniers.
Cette situation impacte la qualité de l'accueil touristique.

➔ Appréciation sur l'évolution

- En 2008, la Savoie compte 33 800 salariés en stations de sports d'hiver, soit +2,8% par rapport à 2004, avec une progression de + 47 % en 10 ans.
- 2002 : La Savoie compte 2 825 lits dédiés aux travailleurs saisonniers.
- 2012 : La Savoie compte plus de 5 500 lits dédiés aux travailleurs saisonniers, soit une augmentation +95 % en 10 ans.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

Délibération de l'Assemblée départementale en date du 29 mai 2000 ⇒ Pallier la crise du logement des saisonniers ressentie en stations notamment depuis deux hivers (1998-2000) afin d'attirer une main d'œuvre qualifiée indispensable

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

Bilan des réalisations :

Créer des logements de saisonniers de 2 700 lits, soit l'équivalent des constructions des 30 années précédentes
=> les objectifs ont été atteints

Equiper des maisons de saisonniers de 4 maisons de saisonniers équipées

➤ Bilan qualitatif

| Impact économique | Impact social | Impact environnemental | Impact sur la gouvernance |
|---|--|-------------------------------|---|
| - Amélioration indirecte de l'accueil touristique | - Amélioration des conditions de vie des saisonniers | - Faible | - Accord interprofessionnel en 2002 par les partenaires sociaux sur la qualité des logements de saisonniers |

➤ Analyse du bilan

- La politique conduite a répondu aux besoins en matière de logement des saisonniers.

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTEMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°37 LE FLEURISSEMENT

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➔ Données 2012

- Environ 140 Communes inscrites au Concours Départemental des Villes, Villages et Maisons Fleuris sur les 305 communes de Savoie.
- Une vingtaine de bénévoles issus de la profession horticole, professionnels du paysage, responsables de services espaces verts visitent les communes candidates ainsi que les particuliers à l'occasion des tournées.

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

Document cadre :

1994 : Le Conseil général confie l'organisation du Concours des Villes, Villages et Maisons Fleuris à l'ATD

⇒ Valoriser le territoire de la Savoie à partir de critères liés à la qualité de vie des résidents et des visiteurs

⇒ Affirmer la notoriété de la destination Savoie : qualité de l'accueil

BILAN des réalisations du Département

➔ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

- Offrir un Département agréable pour les habitants et la clientèle touristique en encourageant les Communes à améliorer la qualité paysagère des villes pour embellir le cadre de vie.

- Récompenser les actions menées par les collectivités locales en faveur d'une réduction de la consommation des

Bilan des réalisations :

- 130 lauréats particuliers sur les 2500 particuliers visités.
- Une trentaine de communes sont retenus par les différents jurys et obtiennent un prix départemental remis à l'occasion d'une Cérémonie de Remise des Prix au printemps de chaque année. (Avril dans le cadre du Salon Habitat et jardin)
=> En 2012 : 43 Communes labellisées en Savoie dont 19 (1 fleur), 13 (2 fleurs), 9 (3 fleurs), 2 (4 fleurs)
- 5 à 6 journées de formation et de sensibilisation en matière de fleurissement, d'environnement et développement durable à destination des élus, techniciens des communes sont organisées chaque année.
- Des rencontres pour échanger et partager avec d'autres jurys départementaux (1 à 2 /an).
- Un voyage d'étude destiné aux membres du jury tous les 3 ans.

ressources en économie d'eau, utilisation moindre de pesticides, enfouissement de réseaux...

- Accompagnement des communes susceptibles d'être labellisées ou accéder à une fleur supplémentaire.
- Intervention dans les Communes pour conseiller les habitants sur les nouvelles pratiques de fleurissement (une 30 de soirées techniques / an sont programmées et assurées par les bénévoles du jury).
- Réalisation d'un guide méthodologique de fleurissement diffusé à toutes les Communes de Savoie.
- Communication par le biais du site de Savoie Mont Blanc Tourisme.

➔ Bilan qualitatif

Impact économique

- Le Concours est un maillon essentiel du développement touristique de la Savoie.
- Le fleurissement c'est accueillir, embellir, préserver et valoriser.

Impact social

- Le Concours est un atout pour la qualité de vie des villes et des villages de Savoie, il crée du lien social (jardins familiaux, jardins partagés, foire aux plantes....)

Impact environnemental

- Au-delà du fleurissement lui-même ce sont des projets qualitatifs d'ensemble qui sont pris en compte, avec le respect d'identité du site, du climat, de l'adoption d'un mode de gestion des espaces verts respectueux de l'environnement

Impact sur la gouvernance

- Visites des Communes et de particuliers candidats. Conseils apportés par les différents jurys Comptes rendus de visites adressés à chaque Commune visitée.
- Programmation de journées de formation.
- Aides, conseils et accompagnement auprès des Communes susceptibles de concourir à l'échelon régional (accession à 1,2,3 fleurs) et l'échelon national (4 fleurs)

BILAN DE LA POLITIQUE MONTAGNE & TOURISME AU REGARD DU CONFORTMENT DE LA DESTINATION TOURISTIQUE

FICHE n°38 LE TOURISME EN FAVEUR DES JEUNES

CONTEXTE, ETAT DES LIEUX de l'offre en Savoie

➤ Données 2012

- Les structures d'hébergements destinées à la clientèle jeunes sont soumises à de fortes contraintes normatives, sociales, fiscales...
- La volonté d'attirer les jeunes l'été à la montagne reste difficile à mettre en œuvre.

➤ Les politiques menées

- La politique du Conseil général en faveur des jeunes collégiens s'est traduite par :
 - le plan ski jeunes
 - le plan montagne
 - le plan nautisme
- Le CAF (Club Alpin Français) s'est mobilisé pour :
 - l'animation et l'accueil des jeunes dans des refuges agréés
 - adopter une tarification adaptée pour les jeunes

OBJECTIFS STRATEGIQUES / FONDAMENTAUX poursuivis par la Politique Départementale

| | |
|---|--|
| Documents cadres : | ⇒ Stopper la crise de la fréquentation des jeunes en montagne en développant et promouvant une offre spécifique « jeunes » |
| Schéma départemental du tourisme : 1996 et 2001 | |
| Plan tourisme : juin 2006 | ⇒ Développer l'accueil de jeunes en groupes ou de jeunes autonomes, public particulier porteur d'avenir. |

BILAN des réalisations du Département

➤ Bilan quantitatif

Objectif opérationnel :

La Savoie doit devenir une destination pour les jeunes avec le développement d'une offre adaptée aux jeunes autonomes (18-25 ans)

Bilan des réalisations :

Développer les classes de découverte

Politique de l'APS en matière d'événements sportifs hiver et été

- Actions de Savoie Haute Savoie Juniors et de l'ASCD
- Renforcement des moyens pour la modernisation de centres de vacances agréés par DDJS et IA (cf. fiche hébergements marchands – centres de vacances)