



GENERATION MONTAGNE 2018

**Les villages et stations de montagne d’Auvergne-Rhône-Alpes
à la reconquête des jeunes**

DOSSIER DE PRESSE

Février 2018

Contacts presse

Agence Géraldine Musnier

Géraldine Musnier 04 78 91 06 08 – 06 72 68 27 21
geraldine@agencegeraldinemusnier.com

Laurene Sorba 04 78 91 12 39 - 06 84 96 79 63
laurene@agencegeraldinemusnier.com

SOMMAIRE

Communiqué de presse.....

Editos.....

I Les jeunes : une population éloignée de la montagne.....

II Attirer les jeunes à la montagne, un enjeu pour la dynamique des territoires de montagne

- Les jeunes d'aujourd'hui, les clients du futur.....
- Les séjours collectifs, un rouage essentiel du tissu économique local
- Un enjeu de taille dans une région qui compte une proportion sans équivalent de territoires de montagne.....

III Des leviers d'actions concrets

- Développer et promouvoir des offres adaptées aux habitudes de consommation des jeunes.
- Soutenir les structures d'hébergement collectif
- Proposer des conditions tarifaires adaptées
- Digitaliser les offres
- Faciliter l'accès aux stations.

IV Génération Montagne, une mobilisation intensive des acteurs du territoire pour valoriser les atouts et l'attractivité de la montagne

- Un important dispositif opérationnel de promotion
- Un engagement des stations formalisé par l'adhésion à la charte Génération Montagne
- Ils s'engagent et innovent dans le cadre de Génération Montagne

V Tourisme et montagne en Auvergne-Rhône-Alpes : chiffres clés

VI Ils apportent leur soutien à Génération Montagne

- Les partenaires financiers
- Les partenaires de l'opération



Génération Montagne – année 2 : la reconquête des jeunes s'accélère !

Après une première édition réussie en 2017, l'opération Génération Montagne, pilotée par Auvergne Rhône Alpes Tourisme et l'Association Nationale des Maires de Stations de Montagne, se renouvelle cette année avec des moyens amplifiés et la création d'une marque label et d'une charte Génération Montagne, qui traduisent l'engagement des villages et stations de montagne à agir concrètement pour la reconquête des jeunes.

Les territoires de montagne subissent une érosion de leur fréquentation par les jeunes générations. Pourtant, les enfants, adolescents et jeunes adultes d'aujourd'hui constituent la clientèle de demain pour les stations. Et le goût des vacances à la montagne s'acquiert principalement dès le plus jeune âge. C'est pourquoi, face à des générations dont les habitudes de consommation ont fondamentalement changé, les professionnels de la montagne doivent se mobiliser pour adapter leur offre d'activités, d'hébergements, d'accès et leurs conditions tarifaires à ces nouveaux comportements. Ces évolutions conditionnent le renouvellement générationnel de la clientèle des villages et stations de montagne et par là même la pérennité de leur développement économique.

Si la première édition de Génération Montagne en 2017 a permis de fédérer les différents acteurs de la montagne en Auvergne Rhône-Alpes autour de cet objectif de reconquête, cette opération, érigée en priorité régionale, se place cette année sous le signe de l'engagement et de l'action. Les 173 stations de montagne du territoire sont invitées à s'approprier la marque label Génération Montagne, en mettant en œuvre toutes les initiatives possibles visant à séduire les jeunes et à faciliter leur séjour, individuel ou collectif. La facilitation de l'accès aux stations, la création de nouvelles activités, de nouveaux formats d'hébergement, la promotion du sport et de ses bienfaits et le développement de conditions tarifaires spécifiques constituent autant de leviers pouvant être actionnés en ce sens.

Génération Montagne fédère une quarantaine d'acteurs socio professionnels et de collectivités dans le secteur de la montagne.

Le comité de pilotage réunit :

> ANMSM, ANCEF, Agence Nationale pour les Chèques Vacances, Atout France pôle montagne, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, Coordination Montagne, Domaines Skiabiles de France, En passant par la montagne, FPS-les entreprises du sport, France Montagnes, Grande Traversée des Alpes, Isère Drôme Destinations Juniors, Savoie Mont-Blanc Juniors, Savoie Mont-Blanc Tourisme, Syndicat National des Moniteurs du Ski Français, Temps Jeunes, l'UCPA, l'UNAT Auvergne-Rhône-Alpes.

Ce collectif est piloté par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et l'Association Nationale des Maires de Stations de Montagne.

Grâce à France Montagnes, l'opération Génération Montagne est associée au Printemps du ski.

Editos

La diminution constante de la fréquentation de la montagne par les enfants et les jeunes est une préoccupation majeure. Ils figurent aujourd'hui parmi les clientèles les plus éloignées des territoires et des pratiques de montagne. Ceci se vérifie hiver comme été et pose à court terme la question essentielle de ce renouvellement des clientèles. Au-delà, se pose également la question de l'accès à une culture montagne pour tous les jeunes.

Les séjours collectifs doivent également être soutenus : ceux-ci constituent non seulement un véritable levier d'apprentissage, d'émancipation et d'ouverture sur le monde pour les enfants et les adolescents, mais les centres de vacances et hébergements collectifs participent aussi pleinement à la vitalité économique des villages et stations de montagne.

En 2017, la première édition de Génération Montagne a permis de fédérer les territoires, les hébergeurs et différents acteurs socio-professionnels de la montagne en Auvergne Rhône-Alpes autour d'une volonté partagée d'aller à la rencontre des jeunes.

En 2018, le déploiement de Génération Montagne s'intensifie et se poursuit sur toute l'année avec un objectif d'enracinement et d'irrigation du dispositif devenu une priorité régionale. Il s'agit pour les 173 villages et stations de montagne que compte la région Auvergne Rhône Alpes de proclamer collectivement que la montagne se veut le territoire des jeunes et démontrer avec la valorisation d'offres de séjours pleinement attractives, qu'elle est leur destination touristique par excellence.

Il s'agit de proposer une offre d'hébergement et d'activités adaptée, simple à acheter, ludique, originale, attractive et abordable. Ne nous trompons pas, il s'agit d'un travail de longue haleine, qui doit être viral, collectif et systématique. On pourrait presque parler d'un combat. Cet enjeu est majeur pour nos territoires de montagne et leur économie. Il convient de faire en sorte que tous partagent notre ambition.

Nous remercions tout particulièrement l'ensemble de nos partenaires qui contribuent à enraceriner et à diffuser le plus largement la démarche Génération Montagne.

Nous remercions également la Caisse d'Epargne Auvergne-Rhône-Alpes et La Caisse des Dépôts « Arc Alpin » pour leur soutien.

Nicolas Daragon

Vice-président en charge
du tourisme et du thermalisme
Région Auvergne-Rhône-Alpes
Président du Comité Régional du
Tourisme Auvergne-Rhône-Alpes



Lionel Flasseur

Directeur Général du Comité
Régional du Tourisme Auvergne-
Rhône-Alpes



La montagne, vivante, audacieuse et tonique a construit des générations de montagnards qui savent croquer la vie à pleines dents et aller à l'assaut des sommets mais pas que...

Active, plurielle et attachante, la montagne offre à ses jeunes un espace d'enrichissement et d'autonomie où ils peuvent construire leurs parcours de vie. Et si d'aventure ils voguent vers d'autres horizons, ils y reviennent toujours.

La montagne terre d'accueil, de solidarité, de découverte et d'innovation est un formidable terrain de jeux pour tous ceux qui s'y aventurent.

Séductrice et addictive, elle sait s'apprêter en toute saison pour attirer dans ses filets les voyageurs de tous âges et elle ne lâche pas facilement sa proie surtout si elle est jeune, dynamique et exigeante.

Jeunes d'ici, fiers de leurs montagnes et jeunes d'ailleurs, riches de leurs territoires respectifs (qu'ils soient urbains, maritimes, européens, ou autres...) ont à partager, à découvrir, à capitaliser et donc à se rencontrer au coeur des montagnes qui sauront les accueillir et leur rendre bien au-delà de ce que chacun a apporté.

La Région Auvergne-Rhône-Alpes et l'ANMSM (Association Nationale des Maires de Stations de Montagne) conscientes que l'avenir de nos montagnes appartient aux jeunes, savent l'importance de favoriser et d'organiser la rencontre entre les jeunes et la montagne, que ce soit pour un jour, une semaine ou pour une tranche de vie. Elles savent aussi que cet engagement doit être partagé par tous, collectivités, forces vives des territoires et acteurs socio-économiques afin d'unir nos compétences et de construire des réponses pertinentes et adaptées à ce public.

Le groupe de travail « Génération Montagne » initié par Auvergne Rhône-Alpes Tourisme et que j'ai le plaisir d'animer avec Violaine Villette, Présidente de Savoie-Mont-blanc Juniors, s'est engagé dans cette réflexion. Analyser les besoins des jeunes, s'appuyer sur l'existant en terme d'hébergement et d'activités et développer une communication ciblée, c'est notre ambition et au regard de la dynamique qui s'est instaurée au sein de ce groupe de travail je ne doute pas que notre objectif soit atteint au terme de ce programme qui va se construire au fil des 3 prochaines années.

Nous vous donnons rendez-vous pour découvrir tout ce que nous savons déjà proposer aux jeunes dans nos villages et nos stations de montagne et hardi les coeurs pour construire les réponses de demain.

Annick Cressens

Maire de Beaufort, administratrice de l'ANMSM en charge de la promotion des classes de découverte, Conseillère départementale de Savoie

En tant que Présidente de l'association Savoie Mont Blanc Juniors et directrice de l'association Neige et Soleil à Val Cenis Bramans, l'opération Génération Montagne est pour moi une action qui a du sens.

Les retombées économiques induites par les séjours en hébergements collectifs sont importantes pour nos territoires de montagne et doivent être davantage valorisées.

Ceux-ci participent à la création d'emplois et consolident l'activité économique des sociétés de transports locales, des commerces de bouche, remontées mécaniques, professionnels de la montagne et prestataires d'activités (cours ESF, guides...). Tous bénéficient de l'activité des centres de vacances.

Au travers des nombreux séjours en centres de vacances et en classes de découverte proposés dans la région Auvergne-Rhône-Alpes, nous contribuons à développer des activités de plein air pratiquées et appréciées par les jeunes.

Il est urgent de travailler sur le renouvellement des clientèles sur nos territoires et de porter une communication forte autour de « la montagne, une destination pour les enfants ».

Nous devons, dès leur plus jeune âge, faire aimer la montagne aux enfants, afin de leur donner le « réflexe montagne » !

Violaine Villette

Présidente de l'association Savoie Mont Blanc Juniors et directrice de l'association Neige et Soleil

I Les jeunes : une population éloignée de la montagne

C'est un fait, on observe depuis plusieurs années une érosion progressive de la fréquentation des territoires de montagne par les jeunes, y compris ceux vivant dans des vallées proches des stations. Plusieurs facteurs concourent à cette désaffection.

De nouveaux comportements en rupture complète avec ceux des générations précédentes

Avec l'avènement de ceux que l'on dénomme les « millenials ou encore génération Z, on a assisté à une transformation radicale des comportements et habitudes de consommation. Elevés aux écrans et aux smartphones, ces adolescents et jeunes adultes sont accros à internet et aux réseaux sociaux. Grandissant dans le culte de l'information et de la consommation instantanée, tout doit également être immédiatement à portée de clic ou d'écran. Si l'on n'obtient pas ce que l'on veut dans l'instant, on passe à autre chose !

Les stations de montagne n'ont généralement pas été immédiatement en capacité d'adapter leur offre face à cette rupture sans précédent.

Or si hier, les jeunes passaient leurs journées sur les pistes, aujourd'hui, ils ont soif de découverte de nouveaux sports de glisse, de rencontres festives dans des lieux insolites, de pouvoir s'adonner à des activités différentes chaque jour, et exigent de pouvoir être connectés en permanence pour pouvoir partager leurs émotions avec leur communauté.

De même, si autrefois on planifiait ses week ends ou ses vacances, on prenait le temps de comparer les offres de séjour, et la plupart du temps on retournait chaque année dans la même station, désormais, on improvise à la dernière minute en fonction de la météo, en saisissant l'opportunité d'un prix particulièrement avantageux ou d'une expérience inédite.



Des vacances potentiellement à gros budget

Chez bon nombre de jeunes, le budget est à l'euro prêt à la fin du mois. Les vacances en tant que telles représentent déjà un luxe pour certains d'entre eux. Or un séjour en montagne peut s'avérer onéreux, entre le trajet pour se rendre en station, l'hébergement, les forfaits et l'équipement. Cette contrainte financière s'applique également aux foyers peu aisés pour qui emmener ses enfants à la montagne équivaut à une dépense très supérieure à d'autres types de vacances. Donc il y a vrai enjeu à développer des offres financièrement attractives pour favoriser les séjours des jeunes en montagne. Les acteurs engagés dans Génération Montagne se mobilisent concrètement en ce sens.

La raréfaction des séjours collectifs

Les classes de neige, et dans une moindre mesure, les colonies de vacances, qui offrent à de nombreux enfants une excellente occasion de s'acculturer à la montagne, sont en perte de vitesse. En cause, des réglementations toujours plus exigeantes pour les centres de vacances qui parfois n'ont pas les moyens de mettre leur établissement aux normes, la responsabilisation des enseignants vis-à-vis des risques encourus par les enfants, qui dissuadent nombre d'entre eux d'accompagner une classe en montagne, des communes qui n'ont pas les budgets nécessaires pour financer ce type d'initiative, des comités d'entreprise qui tendent à développer des offres individuelles, ou encore des parents qui rechignent à laisser leur enfant partir en séjour collectif.



II Attirer les jeunes à la montagne, un enjeu pour la dynamique des territoires de montagne

Afin de garantir à long terme la dynamique des villages et des stations, les acteurs de la montagne se doivent de reconquérir les jeunes aussi rapidement que possible, pour ancrer durablement cette destination dans ses choix futurs de loisirs et de pratique sportive.

En effet, les jeunes d'aujourd'hui constituent très clairement la clientèle potentielle de demain. Comme l'atteste une enquête FIFAS FPS BVA, 44 % des skieurs actuels s'adonnent à cette pratique depuis l'enfance et il est plus ardu de séduire et de fidéliser des adultes néophytes.

Les séjours collectifs : un rouage essentiel du tissu économique local

Le nombre de classes découvertes a baissé de 20% au cours des dix dernières années. La perte de vitesse des séjours collectifs a des effets sur le dynamisme économique des stations et villages de montagne. Fonctionnant aussi en marge des vacances scolaires, grâce notamment aux classes de découverte et aux séjours destinés aux jeunes adultes, les structures d'hébergement collectif permettent d'étaler la fréquentation et ainsi d'allonger la durée des saisons d'hiver et d'été. Cette activité engendre des répercussions positives pour tout le tissu économique local : commerces et services de proximité, infrastructures et organisateurs d'activités sportives et ludiques... Les centres de vacances représentent, en eux-mêmes, d'importants pourvoyeurs d'emplois locaux.

Un enjeu de taille dans une région qui compte une proportion sans équivalent de territoires de montagne

Avec plus de 75% de la montagne française, et 173 stations de ski la région Auvergne-Rhône-Alpes est de très loin la première région montagnarde de France. C'est la vitalité future d'une grande partie du territoire régional qui est ici en jeu.

III Des leviers d'actions concrets

Développer et promouvoir des offres adaptées aux habitudes de consommation des jeunes.

Evoluant dans un monde ultra connecté, les jeunes d'aujourd'hui aspirent toutefois à des modes de consommation simples et authentiques. En quête d'étonnement, de sensations fortes et de « fun », ils sont aussi animés par un véritable esprit de tribu, un besoin de se retrouver entre soi. La montagne, festive, conviviale, connectée et propice aux sensations fortes, représente une destination répondant à ces aspirations mais elle doit le faire savoir et initier ou mettre en lumière les activités allant en ce sens : organisation de temps « après-ski », accueil d'événements festifs, challenges sportifs, découvertes de pratiques sportives nouvelles ou insolites,...

De même, de nouveaux formats d'hébergement, alternatifs aux appartements ou aux hôtels traditionnels doivent être imaginés pour leur permettre de se retrouver entre eux.

Soutenir les structures d'hébergement collectif

En 2018, dans le cadre de son Plan Montagne la Région Auvergne-Rhône-Alpes soutiendra à hauteur de 40% les acquisitions foncières ou immobilières d'hébergements collectifs et jusqu'à 30% les travaux de création et de réhabilitation (comprenant notamment un bonus jusqu'à 150 000€ pour les structures accueillant des classes de neige).

Auvergne Rhône Alpes Tourisme accompagne également les hébergeurs dans leurs projets d'investissements à travers le groupe des financeurs de l'investissement du tourisme pour tous. Ce dispositif permet de faciliter l'accès au financement pour les hébergeurs en réunissant les financeurs pouvant intervenir sur le champ de l'investissement concerné, d'instaurer un dialogue entre les secteurs de la finance et du Tourisme pour tous.

Proposer des conditions tarifaires adaptées

Les villages et stations de montagne sont incités à proposer des offres adaptées aux budgets souvent restreints des jeunes : les séjours peuvent devenir plus accessibles avec des hébergements adaptés, mais aussi grâce à des « packages » incluant le transport, l'hébergement, la restauration, les forfaits et les équipements.

Digitaliser les offres

Si les grandes stations ont intégré la transformation numérique dans leur marketing et leur relation client, il n'en est pas toujours de même pour les structures plus modestes, qui de fait, si la promotion de leur offre et leurs procédures de réservation, de préachat de forfait, etc ne sont pas accessibles et fonctionnelles sur internet, laissent échapper une partie non négligeable de leur clientèle potentielle.

Faciliter l'accès aux stations

Le coût et la praticité des déplacements constituent d'importants leviers d'actions. Il s'agit de concilier des offres à des tarifs avantageux avec des modes de déplacement souples et fluides, en optimisant l'intermodalité entre les trains et les bus et navettes de stations, en valorisant les offres packagées des autocaristes au départ des grandes villes, ou encore en encourageant le covoiturage, notamment au travers de la plateforme dédiée de la Région Auvergne Rhône Alpes.



IV Génération Montagne, une mobilisation intensive des acteurs du territoire pour valoriser les atouts et l'attractivité de la montagne

Génération Montagne fédère l'ensemble des acteurs concernés autour de l'enjeu du renouvellement générationnel des clientèles et de l'attractivité de la montagne.

Cette démarche collégiale conduite à l'échelle régionale permet de mener une réflexion commune sur la politique à mettre en œuvre pour attirer les jeunes.

Génération Montagne donne également l'opportunité de mettre en lumière les initiatives locales menées en ce sens et invite à les faire essaimer plus largement.

Un important dispositif opérationnel de promotion

Un plan de communication multi-canal efficient d'un montant global de 250 000 euros (dont 170 000 dédiés au digital) et valorisé à hauteur de 1 million d'euros en valeur perçue grâce aux partenariats développés est mis en place :

- Une force de frappe digitalisée pour répondre à la généralisation des usages web :
3 cibles sont visées : les 8/12 ans via leurs parents, les 13/17 ans et les 18/25 ans. Celles-ci sont sensibilisées via des médias sociaux dont elles sont respectivement familières - Facebook, youtube, Instagram, Snapchat -
- Une scénarisation de l'offre en fonction des réseaux sociaux ciblés
- Une mobilisation des e-influenceurs
- Une sensibilisation de la presse

Un engagement des stations formalisé par l'adhésion à la charte Génération Montagne

Les objectifs de Génération Montagne recouvrent 3 axes essentiels :

- La proclamation affirmant que la montagne est un territoire pour les jeunes à l'échelle de l'ensemble de la Région Auvergne Rhône Alpes en lien avec l'enjeu du renouvellement générationnel des clientèles.
- L'acquisition d'une culture montagne en donnant aux jeunes le goût des activités praticables en montagne, des plus classiques aux plus innovantes, ainsi que le goût du territoire pour y développer demain, de l'économie
- La consolidation économique des hébergements collectifs.

En adhérant à la charte Génération Montagne, les stations s'engagent notamment à travailler et à proposer des offres dédiées à la tranche d'âge 8-25 ans, adaptées à leurs attentes et avec des conditions financières préférentielles.

L'affichage du logo Génération Montagne dans les stations accrédite le positionnement de la destination qui se revendique être une « terre d'accueil pour les jeunes »

Ils s'engagent et innovent dans le cadre de Génération Montagne

➤ **Les territoires**

- **Le Département de l'Isère initie une étude sur les besoins des clientèles jeunes en montagne pour adapter l'offre à leur destination**

Les acteurs du tourisme social et solidaire disposent de peu de données sur les habitudes de consommation des jeunes en vacances. Face à ce constat, Isère Tourisme et le réseau Isère Drôme Destination Juniors se sont associés pour améliorer la connaissance des cibles de clientèles visées afin de proposer des offres véritablement attractives. Un questionnaire est actuellement diffusé aux enfants et à leurs parents par les centres de vacances.

Cette enquête vise à connaître, selon la saison de départ :

- La provenance et l'âge des enfants ;
- Le prescripteur du séjour ;
- Les critères de choix du séjour pour les parents comme pour les enfants (connaissance de l'offre, influence de la localisation, des activités, des éléments de confort, des activités annexes, de l'équipe encadrante) ;
- La connaissance de la montagne, son influence sur le choix du séjour.

A ce jour, 1500 enfants ont été sollicités par 28 centres de vacances.

Une première analyse des résultats sera réalisée à l'issue des vacances d'hiver et la démarche sera renouvelée à chaque période de vacances scolaires.

- **Les acteurs du territoire de la Tarentaise mènent une réflexion collective pour améliorer l'accueil des juniors.**

Le comité de bassin d'emploi de l'arrondissement d'Albertville anime notamment une instance citoyenne en Tarentaise visant à mieux appréhender les enjeux et problématiques de son territoire. Cette instance a souhaité aborder la question de l'accueil des juniors en Tarentaise, en dressant un état des lieux des centres de vacances (nombre d'établissements, nombre de lits, état du parc immobilier, nombre de nuitées) et en évaluant l'attractivité du territoire pour ce public junior (prestations, partenariats, coût...). Dans ce contexte, le comité de bassin d'emploi de l'arrondissement d'Albertville a sollicité Savoie Mont Blanc Juniors et mis en place un atelier participatif pour identifier les axes de travail possibles dans la Tarentaise et soumettre quelques préconisations aux élus locaux.

Plus de 40 personnes, issues de tout le territoire et représentatives des différents métiers concernés par cette thématique (hébergeurs, accompagnateurs en montagne, écoles de ski, services jeunesse, offices de tourisme, prestataires d'activité, commerçants...) ont participé à la réflexion. Celle-ci a conforté l'intérêt de travailler sur les bonnes pratiques d'accueil des groupes d'enfants, dans la mesure où chacun est conscient que les enfants qui apprennent à aimer les activités de pleine nature en montagne aujourd'hui, seront les clients de demain.

Les communes et leurs maires ont été identifiés comme des leviers primordiaux dans la coordination d'actions territoriales en faveur du développement de l'accueil des juniors dans les centres de vacances du territoire, notamment l'été. A présent, pour travailler de façon plus approfondie sur le sujet, les démarches sont à entreprendre à l'échelle communale, d'une station ou d'une intercommunalité, en fonction des volontés politiques locales sur les enjeux d'accueil des groupes d'enfants.

- **Des accueils spécifiques pour les jeunes à Pralognan-la-Vanoise**

Pralognan-la-Vanoise est depuis plus de 100 ans une place forte du tourisme estivale et hivernale. De par sa situation au cœur de la Vanoise, le village a su développer des accueils spécifiques dans une ambiance savoyarde.

L'accueil de familles et de jeunes seuls ou encadrés (comme la Ligue Auvergne Rhône Alpes de Hockey, Clubs de ski et de patinage et bien sûr les classes vertes et de neige...) en est une, avec :

- des hébergements spécifiques : centres de vacances agréés Jeunesse et Sports (UCPA, ANAE, Chêverrie), villages vacances (Vacancier, Ternélia) ou accueil de groupes (hôtel A+,...)
- des activités sportives variées et adaptées à ces publics, hiver comme été, (ski alpin, nordique, patinoire, randonnées en montagne, piscine...)
- des animations culturelles avec la Maison du Parc national de la Vanoise, les accueils dans les fermes du village...
- avec des professionnels aguerris à ces accueils (ESF, guides et accompagnateurs...).

De plus, Pralognan-la-Vanoise propose au long des 2 saisons de nombreuses animations qui sauront satisfaire ces vacanciers.

Elle accueille ainsi plusieurs événements majeurs, à l'instar des Festimusiques en janvier et du Festival d'Humour en mars.

Les efforts importants consentis par les prestataires sur le coût de leurs offres et l'adaptation des produits aux clients accueillis constituent des points essentiels.

- **Courchevel : transmettre aux nouvelles générations le goût de la montagne hiver comme été**

Pour une station comme Courchevel, attirer et fidéliser les familles est un enjeu essentiel. Les enfants d'aujourd'hui étant les skieurs de demain, nous devons leur transmettre le plus tôt possible le goût et le plaisir de venir à la montagne, été comme hiver. Ainsi, de nombreuses actions sont mises en place: labellisation de la station « Famille Plus », scénarisation des villages des enfants ESF, nouveau centre aqualudique Aquamotion, événements et animations gratuites,... La commune accompagne également les hébergeurs agréés par Jeunesse et sport pour favoriser leur remplissage et assurer leur promotion.

L'été, la station de Courchevel s'appuie sur la diversité de ses équipements et de ses espaces de loisirs (gymnase, stade, patinoire, site naturel du lac de la Rosière...) pour développer une offre attractive en direction des jeunes. Ainsi, environ 2000 stagiaires âgés de 7 à 17 ans venant de la France entière (et parfois au-delà !) posent leurs valises dans la station. Le temps d'une semaine, ils profitent des plaisirs de la montagne tout en pratiquant leur activité favorite. Des thématiques originales sont proposées (Yamakasi, cascade, cinéma, survie, rugby à 7, escrime...), encadrées par des parrains de renom. Les Yamakasis, Sébastien Chabal, Teddy Riner, Cyril Dumoulin, Nicolas Beaudan ou encore Sydney Govou s'associent à la démarche et viennent prodiguer leurs conseils aux jeunes stagiaires. Des événements sportifs sont également organisés comme le Festival The Big Expérience en 2017, qui a permis à plus de 250 enfants âgés de 8 à 16 ans de découvrir et de s'initier aux différentes activités praticables l'été à Courchevel : kayak, escalade, VTT, segway, tir à l'arc, wakeboard...

- **Les professionnels du tourisme**

- **Focus sur une offre promotionnelle à destination des jeunes : le « Golden Student Tour » en partenariat avec Golden Voyages**

Cette opération événementielle festive est organisée pour la troisième année consécutive par Savoie Mont-Blanc Tourisme en partenariat avec Golden Voyages. Menée lors du lancement de la saison hiver 2017/2018 dans quatre grandes villes étudiantes françaises (Lille, Strasbourg, Lyon et Nantes) ainsi qu'à Paris, avait pour but la rencontre des représentants des BDE (Bureau Des Elèves) et de leur présenter des offres attractives de séjours collectifs.

Afin d'accompagner les stations en ce sens, un travail d'analyse de la perception et des attentes des jeunes vis-à-vis de la montagne va être conduit durant le premier trimestre 2018 sous forme de différents focus groupes.

- **Skimania : des offres packagées particulièrement adaptées au budget des jeunes**

Depuis un quart de siècle, Skimania contribue à la démocratisation des sports d'hiver, ouvrant l'accès aux pistes pour tous grâce à des packages complets de journées, week-end et séjours à partir de 40,50 euros, comprenant le transport en car AR depuis Lyon, le forfait sur le domaine skiable proposé, un en-cas petit déjeuner, l'accueil et la logistique.

Plus de 45 000 skieurs partent chaque hiver avec Skimania, environ 800 cars Grand Tourisme affrétés chaque saison vers 20 stations partenaires, encadrés par 120 accompagnateurs.

Tourisme et montagne en Auvergne-Rhône-Alpes : chiffres clés

- **173 stations** de ski alpin ou nordique
- **1^{er} territoire européen de montagne** en terme de fréquentation
- **1^{er} domaine skiable** d'Europe
- **532 centres de vacances** en Auvergne-Rhône-Alpes dont **66 %** en zone montagne : **352** centres en Savoie, Haute-Savoie et Isère
- **38 millions** de journées skieurs pendant l'hiver 2016/2017
- Les stations de montagne accueillent **49,8 %** des nuitées touristiques en France en hiver et **27,2 %** en été
- **1^{ère} région** pour l'accueil des Jeux Olympiques
- Téléphérique de l'Aiguille du Midi à Chamonix, **1^{ère} destination touristique** en Auvergne Rhône Alpes
- **17 % des investissements** en Auvergne Rhône Alpes en faveur du tourisme sont affectés aux remontées mécaniques

VI Ils apportent leur soutien à Génération Montagne

Les partenaires financiers



La Caisse d'Épargne Rhône Alpes engagée en faveur de la montagne

Banque de la montagne, la Caisse d'Épargne Rhône Alpes prouve son attachement à l'arc alpin en accompagnant au quotidien l'ensemble de ses acteurs dans leurs projets grâce aux spécialistes de son agence Montagne.

Avec le meilleur domaine skiable au monde sur son territoire, la banque a souhaité développer le programme « La Montagne. Nouvelle Définition. ». Elle favorise ainsi l'accessibilité de la montagne tout en contribuant à son développement économique durable.

Consciente que le renouvellement des générations est un enjeu majeur, la Caisse d'Épargne Rhône Alpes agit une nouvelle fois en faveur de la démocratisation du secteur alpin avec Jeunes et Montagne. Grâce à son partenariat historique avec la Fédération Française de Ski, elle est heureuse de proposer des jeunes athlètes comme parrains ou marraines des manifestations. Ces membres des équipes de France ont à coeur de partager leur passion !

Caisse d'Épargne Rhône Alpes



« Le tourisme est un vecteur privilégié de création d'activités sur tous les territoires. Investir dans l'économie du tourisme c'est aussi servir l'intérêt général.

Investisseur de long terme, la Caisse des Dépôts contribue au développement de projets structurants par des prises de participations dans des sociétés immobilières portant des actifs créés ou rénovés, confiés en exploitation à des opérateurs privés.

Financier, la Caisse des Dépôts prête aux collectivités locales afin de mener leurs projets d'aménagement ».

Caisse des Dépôts

Les partenaires de l'opération

L'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances est un établissement public qui accomplit depuis plus de 30 ans une mission unique : rendre effectif le départ en vacances du plus grand nombre. En mettant au centre de son action la réalisation de projets de vacances, elle participe aux politiques publiques en faveur de la cohésion sociale et la lutte contre les exclusions. Elle contribue également à l'apprentissage de la mobilité, de l'autonomie et à la construction de la citoyenneté.

En assurant la promotion et la diffusion du Chèque-Vacances, l'Agence permet aujourd'hui à 10 millions de bénéficiaires et à leur famille de se constituer un budget dédié au financement de leur transport, hébergement, restauration et loisirs pendant leur temps de vacances, principalement en France. Avec 1,59 milliards d'euros de volume d'émission en 2016, elle concourt de manière significative au développement de l'économie touristique nationale.

Entièrement autofinancée, l'Agence consacre de plus ses excédents de gestion à des programmes d'action sociale. Portant une attention particulière aux enjeux d'aménagement du territoire, l'Agence accompagne dans ce cadre des hébergements de l'économie sociale et solidaire qui souhaitent se moderniser. Elle soutient également le départ en vacances de populations en difficulté. Depuis 2014, elle développe ainsi un programme spécifique pour les jeunes de 18 à 25 ans, catégorie d'âge qui connaît l'un des plus faibles taux de départ en vacances.

Avec Génération Montagne, le partenariat s'est fait naturellement car, au-delà du projet, les valeurs étaient partagées : l'attention aux jeunes, la mise en valeur de destinations parfois méconnues, la volonté de créer une dynamique durable, au bénéfice de tous. L'enthousiasme et l'implication des territoires le conduisent dans la voie du succès et l'Agence est bien décidée à y apporter sa contribution.

Laurence Dermenonville, Directrice Déléguée auprès du Directeur Général de **l'ANCV**

« Dans un contexte économique et touristique difficile, le secteur de la montagne en hiver résiste bien. L'offre des stations a fortement évolué permettant notamment de séduire et conserver les clientèles internationales. Toutefois, après une progression régulière, la fréquentation des domaines skiables semble se stabiliser ces dernières années. Les stations doivent s'adapter et s'attaquer à un nouveau défi: le renouvellement des clientèles. Les Rencontres de Grand SKI 2017 ont conclu que les jeunes sont l'enjeu primordial du renouvellement de la clientèle pour la montagne demain, hiver comme été! Aussi, **Atout France** continue de s'associer à cette dynamique collective et soutient l'opération Génération Montagne »

Jean Berthier, Délégué Montagne **Atout France**

« 13% environ des Français pratiquent le ski (source Union Sport et Cycle). La stabilité de ce chiffre sur les dix dernières années masque cependant un glissement générationnel. Il y a un prolongement de l'activité sportive chez les seniors et en parallèle un recul de l'apprentissage du ski chez les jeunes générations.

Nos études montrent que la transmission de la culture du ski se fait essentiellement par le cadre familial. Notre défi est d'imaginer les offres, les nouveaux matériels, la communication et les méthodes d'apprentissage pour convertir au ski des enfants et des jeunes adultes chez qui le ski n'est pas un élément de la culture familiale. »

Laurent Reynaud, Délégué Général de **Domaines Skiables de France**

« Le sujet jeunes et montagne est primordial car l'avenir et le développement touristique de la montagne française passent par les jeunes.

La montagne française et ses professionnels n'ont cessé d'innover, de s'adapter aux nouvelles attentes de la société et des clientèles, et toutes les offres modernes dédiées aux jeunes correspondant à leurs besoins, attentes et budget doivent être mises en avant afin que ce public puisse vivre une première expérience montagne. Celle-ci est essentielle, car le ski est souvent le sport d'une vie à partir du moment où on y a goûté une première fois. Il en est de même pour les expériences montagnées en toutes saisons.

Il faut donc créer le maximum d'occasions pour que les jeunes aient des expériences réussies et partagées en montagne, pour qu'ils soient incités à revenir en famille et qu'ils transmettent à leur tour la culture montagne aux futures générations. »

Jean-Marc Silva, Directeur de **France Montagnes**

L'itinérance pour faire bouger les jeunes et la montagne

« Il aura suffi de quelques décennies pour qu'une bonne part de la population perde tout contact avec la nature et le monde rural. Les connaissances, les comportements, les attentes et les codes ont changé et la beauté des territoires de montagne ne suffit plus, à elle seule, à renouveler l'engouement. Pour renouer le lien entre les jeunes générations et la pratique du milieu montagnard, nous avons tous, guides, accompagnateurs, moniteurs, professionnels et bénévoles des fédérations de pratiquants, enseignants, animateurs sociaux, acteurs du tourisme, un rôle à jouer. Pour la **Grande Traversée des Alpes**, le tourisme itinérant est une formidable façon de faire (re)découvrir la montagne, car il est à la fois une expérience unique, une pratique originale et une aventure humaine. »

Muriel Faure, Directrice générale de **Grande Traversée des Alpes**

« En tant que réseau de centre de vacances dont la mission est de favoriser les séjours des jeunes sur le temps scolaire ou de loisirs, soutenir ce projet va de soi. Nous avons l'obligation de faciliter l'accès à la montagne, ses activités, son patrimoine, sa nature, son savoir vivre, ses savoir-faire si nous ne voulons pas que, dans 15 ou 20 ans, celle-ci ne soit réservée qu'à une élite ou pire, complètement désertée. Grande station ou petit village, la montagne est plurielle. Nous nous devons de faire découvrir ce patrimoine à nos enfants. »

Katherine Bagnis, Coordinatrice du réseau **Isère Drôme Destination Juniors**

« La section Europe de **l'OITS**, association qui a pour mission de promouvoir l'accès aux loisirs, aux vacances et au tourisme pour le plus grand nombre, a inscrit le projet Génération Montagne comme projet pilote prioritaire pour les années 2017-2018.

En effet, cette opération constitue un véritable laboratoire d'expérience, dans sa capacité à fédérer et à mobiliser de multiples acteurs autour d'un objectif commun, et de par l'envergure du projet. L'OITS étudiera comment une telle initiative peut être reproductible sur d'autres territoires, dans la mesure où le tourisme des jeunes est aujourd'hui une préoccupation majeure dans la plupart des pays. L'OITS apporte également son soutien au projet Génération Montagne en mettant à disposition des retours d'expérience et des données collectées dans d'autres pays, dans le cadre d'expérimentations poursuivant un objectif similaire. »

Luc Gobin, Directeur de la section Europe de **l'OITS**

« Depuis 18 ans, **Savoie Mont Blanc Juniors** travaille au quotidien pour promouvoir et développer les séjours collectifs des enfants et des adolescents en Savoie Mont Blanc. Génération Montagne s'inscrit intégralement dans cette dynamique. Nous croyons en sa force de communication pour continuer à mobiliser le plus grand nombre d'acteurs sur l'accueil et l'animation des groupes de juniors et affirmer que la montagne est une destination privilégiée dès le plus jeune âge. Accompagner et s'investir dans ce collectif étaient évidents, d'ailleurs un grand nombre d'adhérents de Savoie Mont Blanc Juniors proposent des séjours et des bons plans à cette occasion. »

Clotilde Désarménien,
Directrice de **Savoie Mont Blanc Juniors**

« Le jeune public est important pour notre destination et pour la montagne en général, il préfigure le renouvellement de la clientèle de demain. La clientèle jeune (15-24 ans) représente 17 % de la clientèle française l'hiver en Savoie Mont Blanc et 12 % sur la saison d'été (sources : TNS sofrès 2015).

Il faut bien comprendre leurs comportements et répondre à leurs attentes différentes des autres clientèles. C'est un public averti qui vit de nombreuses expériences de loisirs dans leur vie quotidienne et lors de leurs voyages. Ils sont également très exercés à la « viralité » dans leur mode de communication et de recommandation auprès de leurs communautés.

Il faut travailler ensemble, proposer les offres qu'ils attendent et mettre en place une communication ciblée pour faire en sorte que leurs expériences à la montagne soient réussies et qu'ils valorisent ainsi l'image de la montagne auprès de toutes leurs communautés. »

Côme Vermersch, Directeur Général de **Savoie Mont Blanc Tourisme**

« L'**UNAT** est une association reconnue d'utilité publique créée en 1920, engagée en faveur d'un tourisme ouvert à tous qui soit vecteur de progrès social et au service d'une société plus solidaire et durable.

Tête de réseau du Tourisme Social et Solidaire, l'UNAT représente les principaux acteurs touristiques à but non lucratif qui défendent le départ en vacances pour le plus grand nombre.

L'implantation de ses adhérents, majoritairement dans des communes de moins de 2 000 habitants, en font des acteurs majeurs du développement économique des territoires.

En région Auvergne Rhône Alpes, les structures du Tourisme Social et Solidaire permettent la création de plus de 11 000 emplois et l'accueil de plus de 1 million de vacanciers.

D'une part, la conquête des clientèles jeunes est un enjeu majeur pour le secteur mais également pour les territoires d'implantation.

D'autre part, les enjeux sociétaux de cette conquête sont d'importance quant à la défense des valeurs centrées sur l'accessibilité des vacances pour le plus grand nombre. Cela revêt des sujets sociaux et pédagogiques mais également économiques.

Rappelons ici que les montagnes, hautes ou moyennes, sont d'extraordinaires terrains de jeux et d'expérimentation, des lieux de rupture d'avec le quotidien où chacun vient découvrir et goûter à des modes de vie différents, dans des espaces naturels et authentiques où la dimension humaine prévaut.

Par son implication dans le partenariat développé dans le cadre du programme « Génération Montagne », L'UNAT apporte sa contribution à une dynamique originale et pertinente. »

Emmanuel Chrétien, Directeur Région Littoral-Centre de l'**UNAT**

« La Commission montagne de l'Union Sport & Cycle qui fédère les marques, prestataires de services et détaillants spécialisés dans les sports d'hiver, est très attachée au renouvellement des pratiquants. Aujourd'hui, près de la moitié des skieurs pratiquent depuis plus de 20 ans et des actions d'envergure sont nécessaires pour assurer la pérennité des sports d'hiver. L'initiative portée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme va dans le bon sens. Elle permet de fédérer les énergies au niveau régional et de mener des opérations concrètes pour le renouvellement des pratiquants. »

Brice Blancard, Responsable Pôle Marketing Evénement Communication de l'**Union Sport & Cycle**
Animateur de la commission montagne

