SYNDICAT
Pays de Maurienne
SAVOIE

LE TOURISME EN PAYS DE Maurienne

Schéma de Cohérence Territoriale

DIAGNOSTIC - DÉCEMBRE 2015

PANORAMA ÉCONOMIQUE DU TOURISME EN MAURIENNE

CHIFFRES CLÉS DU TOURISME EN MAURIENNE

L'activité touristique directe en Maurienne génère un chiffre d'affaires avoisinant **400 M€ annuel** *(CreditSafe)*. Il est évalué à **600 M€** en incluant l'activité indirecte (travaux publics, services...) provenant du tourisme *(Atout France)*.

Les **hébergements** génèrent plus de **la moitié des recettes directes**.

La **filière remontées mécaniques** de Maurienne engendre un chiffre d'affaires total de près de **100 M€ annuel** (570 M€ Savoie et 1 300 M€ France).

4.7 millions de journées skieurs en alpin enregistrées en Maurienne pour l'hiver 2014-2015, avec une part de non skieurs qui augmente dans les séjours. *(Domaines skiables de France)*

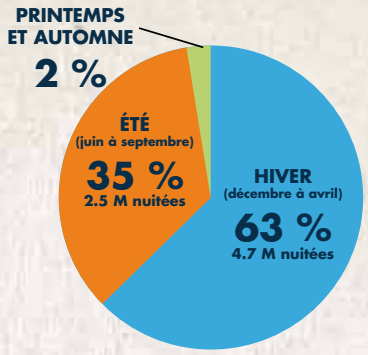
L'activité touristique = pilier de l'économie valléenne

L'activité touristique en Maurienne porte, en 2013, **20 % des emplois salariés directs**. *(Acoss)*
En six ans, ce secteur a connu une **croissance de +18 %** du nombre d'emplois. À titre de comparaison sur la même période, les emplois de services augmentent de 5 %, de l'industrie baissent de -21 %, du BTP de -13 % et du commerce de -1 %. *(Acoss)*

+103 %

103 % d'augmentation des chiffres d'affaires des domaines skiables sur la Maurienne depuis 2000. *(Domaines skiables de France)*

Répartition des nuitées en Maurienne en 2014



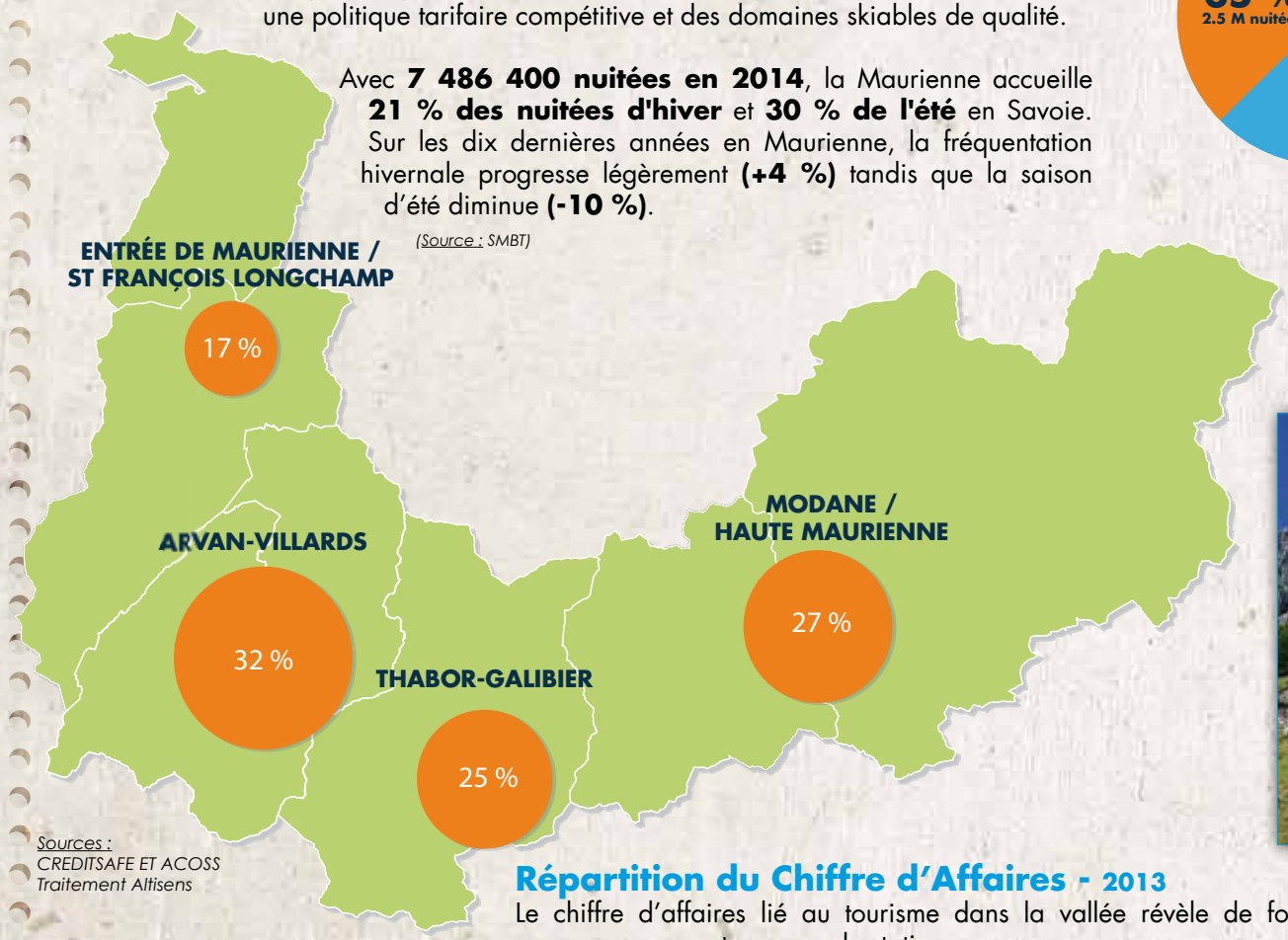
Sources : SMBT

Une économie nourrie par l'hiver et les stations !

L'économie touristique de Maurienne s'est développée par la construction d'hébergements touristiques et notamment avec les programmes en résidence de tourisme. L'attractivité du territoire en hiver repose aujourd'hui sur une offre d'hébergements globalement récente, une politique tarifaire compétitive et des domaines skiables de qualité.

Avec **7 486 400 nuitées en 2014**, la Maurienne accueille **21 % des nuitées d'hiver** et **30 % de l'été** en Savoie. Sur les dix dernières années en Maurienne, la fréquentation hivernale progresse légèrement **(+4 %)** tandis que la saison d'été diminue **(-10 %)**.

(Source : SMBT)



Sources :
CREDITSAFE ET ACOSS
Traitement Altisens

© Aurélien Le Métayer

Répartition du Chiffre d'Affaires - 2013

Le chiffre d'affaires lié au tourisme dans la vallée révèle de fortes disparités entre communes supports ou non de station.
A l'échelle des grands domaines skiables, la répartition reste par contre assez homogène. Seul le périmètre Arvan-Villards se démarque avec près d'un tiers des recettes touristiques de la vallée.

OFFRE ET POSITIONNEMENT TOURISTIQUES
PENSER LOCAL, JOUER GLOBAL

© Alban PERNET

Une grande diversité d'offres, mais un positionnement centré sur le ski à la semaine

Le positionnement touristique en Maurienne s'est fait de manière classique sur une clientèle familiale, à la semaine, dans un lieu fixe. Les flux touristiques se concentrent donc sur des pics de remplissage de quelques semaines seulement sur l'année (vacances scolaires françaises) avec arrivées et départs tous les samedis.
Le constat d'évolution rapide du comportement client (volatile, séjour plus court, skiant moins longtemps) interroge ce positionnement touristique : comment s'appuyer sur l'évidente diversité d'offres (hiver comme été) pour initier une mutation du modèle touristique et élargir le positionnement vers d'autres activités, cibles et formats de séjour ? Comment tirer profit d'une proximité et d'une desserte stratégique pour être attractif vers les grandes agglomérations et étaler la fréquentation sur l'année ?

© Musée OPINEL

© Alban PERNET

Tourisme estival : à développer !

Paysages ruraux, patrimoines agricoles et montagnards, cols mythiques, parcs national et naturel, le territoire ne manque pas d'atouts pour favoriser le développement du tourisme estival. Reste à identifier le bon levier commercial dans un contexte de diminution de la fréquentation estivale en montagne au niveau national.

© Laurence PASDELOUP

Maurienne
Schéma de Cohérence Territoriale

Quelle stratégie touristique pour les 15 prochaines années ?

© Alexandre GROS

L'image !
Longtemps dominé par son passé industriel, le fond de vallée a perdu sa réputation de "couloir à usines". L'arrivée de l'autoroute a notoirement modifié la perception des paysages et l'accessibilité routière. Face à des centres urbains qui "étouffent", la Maurienne peut travailler son image en jouant ses cartes : proximité, joyau naturel et ressourcement.

La stratégie !
L'attractivité de l'image du territoire, de l'offre et de l'hébergement sont les préceptes d'une stratégie touristique efficace. Pour être "globale", cette approche gagnera à **renforcer les liens, voire la complémentarité, entre tourisme d'altitude et de vallée**.

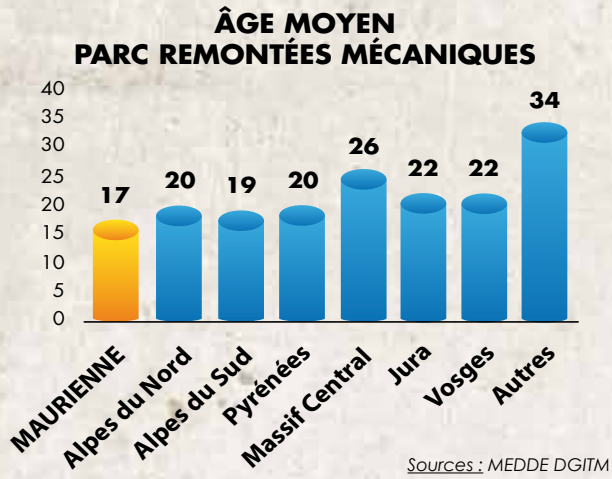
La commercialisation !
La Maurienne, plus qu'une destination, un produit ? L'innovation laisse la porte ouverte à la création d'une offre touristique "tout compris" à l'échelle de la vallée. Son **développement** inclut une publicité, des moyens de commercialisation et une communication harmonisés.

DES DOMAINES SKIABLES À MAINTENIR AU SOMMET

© Alban PERNET

Maintenir l'investissement

Les efforts budgétaires orientés à l'échelle de la Maurienne vers l'amélioration du confort et du service à l'accueil touristique ont, lors des 15 dernières années, comblé le retard pris sur des destinations concurrentes.



Sources : MEDDE DGITM

Hébergements : 53 M€ ont été injectés dans le parc de Maurienne en 2013 *(SMBT)*.

Remontées mécaniques : depuis 10 ans, l'investissement annuel moyen est de 14 M€ en Maurienne. Le parc de remontées mécaniques affiche un âge moyen de 17 ans, inférieur à l'ensemble des massifs français.

Mais pour maintenir le degré de performance de ces équipements sur un marché concurrentiel, l'investissement reste la clé. Or celui-ci baisse depuis 2005 plus vite sur la vallée (-48 %) qu'à l'échelon national (-25 %). Cette moyenne cache des situations préoccupantes sur certains domaines avec un parc de remontées ancien.

© OT ORELLE / Nicolas LOPS

Une dépendance à la puissance publique !

Dans son organisation actuelle, l'offre touristique hivernale du territoire reste fortement dépendante de l'investissement public. Sur les 10 dernières années, 43 % des investissements réalisés sur les remontées mécaniques proviennent des collectivités territoriales (soit 60 M€).
Corollaire, la disponibilité de l'argent public impact le développement et donc l'économie touristique valléenne.

Des domaines skiables selon 2 modèles

La Maurienne abrite en son sein deux "formes" de domaines skiables :

© Alban PERNET

Des domaines "développés" dont la taille et les capacités d'hébergements en secteur marchand assurent l'équilibre économique et la capacité d'investissement.
Leur avenir passe par l'optimisation de leurs domaines et la sécurisation du produit neige.

© Alexandre GROS

Des domaines "en développement", essentiellement non reliés, dont la taille du domaine et une part de lits non marchands trop élevée peuvent fragiliser la pérennité économique et les capacités d'investissements. Leur avenir tient à l'innovation dans l'offre : service et/ou produit afin d'optimiser leur attractivité. Notons également le cas particulier des Karellis au modèle économique unique et à réinventer.

HÉBERGEMENT TOURISTIQUE :
LA DÉFISCALISATION A DOPÉ LES RÉSIDENCES DE TOURISME

CHIFFRES CLÉS 2014

Capacité touristique Maurienne : **161 130 lits**

dont **37 000 lits** en résidence de tourisme

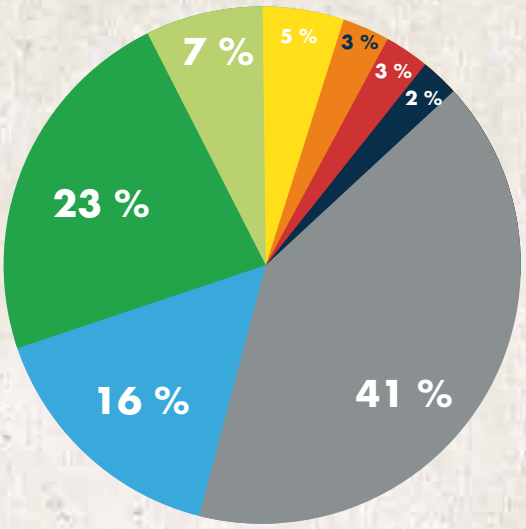
50 % de la capacité des résidences de tourisme **construite entre 2003 et 2006**

Capacité touristique d'autres territoires :
Hautes-Alpes : **228 000 lits** en stations
Tarentaise : **350 000 lits** en totalité

+46 % depuis 1999

Croissance du parc de résidences secondaires de Maurienne, la plus forte du "périmètre neige français" (contre +17 % en moyenne nationale).

Répartition des lits touristiques en 2014



- Lits non marchands
- Loueurs particuliers - Gîtes
- Résidences de tourisme
- Villages Vacances
- Agences immobilières
- Campings
- Centrales de réservation
- Hôtels

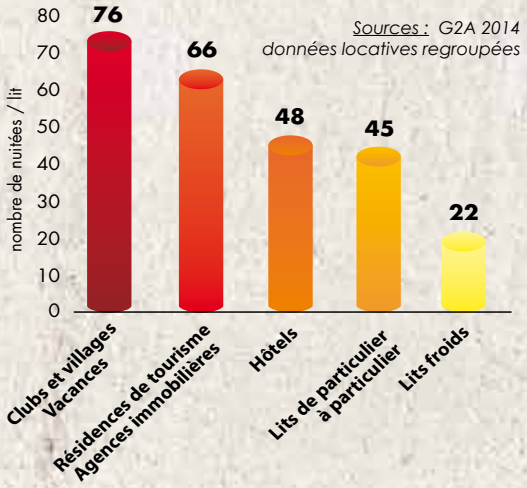
Sources : G2A 2014

© ALPAGES

Chauds ou froids ? de fortes différences de performances entre type de lits !

Sont considérés comme "lits froids", les lits sortis des circuits de commercialisation. L'occupation des lits en dehors des circuits de commercialisation est 3 fois moins importante que ceux gérés par des professionnels avec une force de frappe et de communication sur des marchés internationaux.
Concrètement, les "lits froids", hors circuit de commercialisation, génèrent 3 fois moins de nuitées et alimentent dans la même proportion l'économie locale (remontées mécaniques, restauration, commerces, services...).

PERFORMANCES NUITÉES / LIT
Données saison Hiver



Sources : G2A 2014 données locatives regroupées

Une fréquentation tirée par les résidences de tourisme

Avec **37 000 lits, les résidences de tourisme concentrent le plus de lits marchands**. Cette typologie d'hébergement est récente : la moitié de la capacité des lits en résidences de tourisme a été construite entre 2003 et 2006. Encouragé par les dispositifs successifs de défiscalisation par l'investissement immobilier, ce modèle présente comme inconvénient la durée des baux, de 9 à 11 ans, au-delà de laquelle les propriétaires n'ont plus l'obligation de mise en location de leur(s) bien(s). Le risque est alors que ces lits basculent hors circuit de commercialisation et deviennent des "lits froids".

LA CONSTRUCTION DE LITS NE GONFLE PLUS LA FRÉQUENTATION CES DERNIÈRES ANNÉES !

Entre 2006 et 2013, 16 000 lits en résidence de tourisme ont vu le jour en Maurienne. Ce volume représente moins d'un quart de l'offre d'hébergement mais génère l'essentiel des séjours grâce à un mode de commercialisation performant qui favorise le "turn-over". Pour autant, cette offre nouvelle n'a pas engendré de hausse perceptible de fréquentation, mais l'a maintenue.

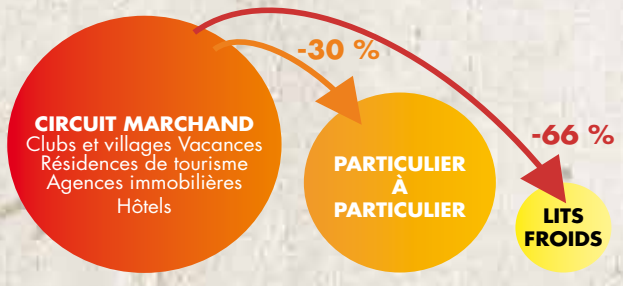
© Alexandre GROS

Tout hébergement sorti du circuit de résidences de tourisme engendre donc une baisse de fréquentation (rendement divisé par 3 en Maurienne – Source : G2A).

© OT LA NORMA

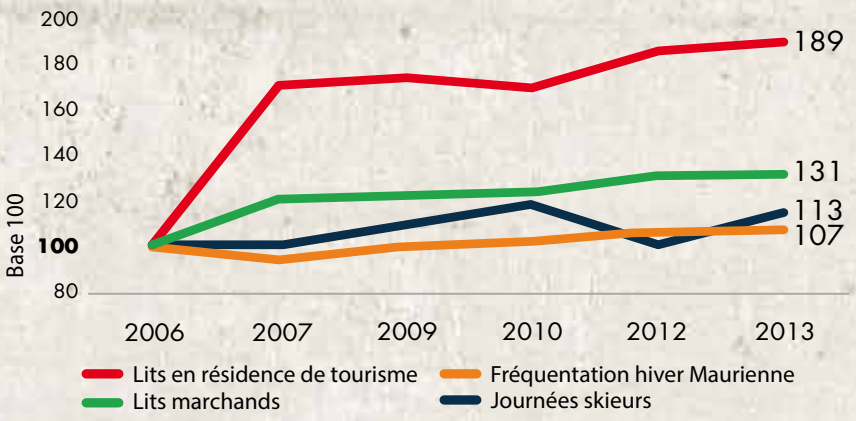
DIMINUTION DE LA PERFORMANCE PAR TYPE DE LITS

en Maurienne



ÉVOLUTION COMPARÉE

Capacité marchande / fréquentation / journées skieurs



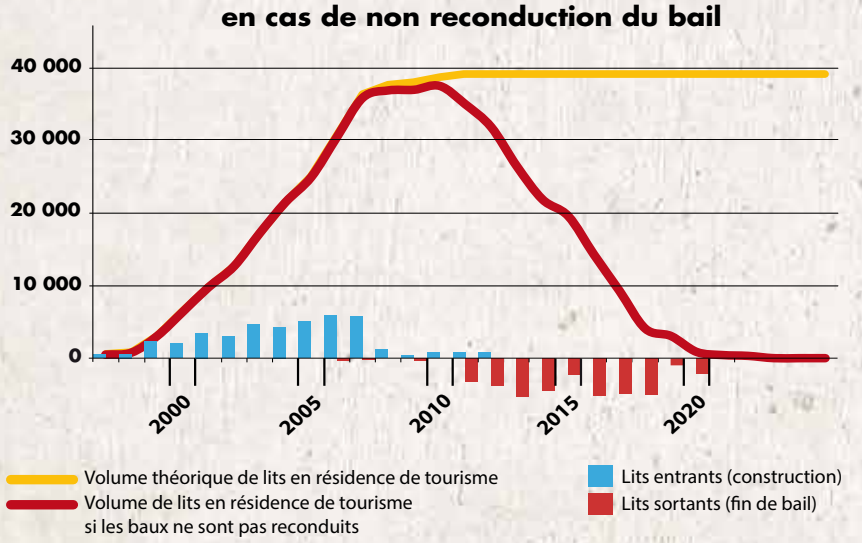
Sources : SMBT - DSF Montagne

La menace des lits froids

Cette menace tient au mode de commercialisation des lits en résidence de tourisme dont la question de la fin de bail est essentielle. Tout propriétaire d'un tel bien peut en effet décider, au terme de la durée de location rendue obligatoire par la loi, de :

- confirmer son bien en gestion auprès de l'exploitant de la résidence,
- reprendre son hébergement à des fins personnelles,
- mettre en location, soit en direct, soit par un intermédiaire,
- disposer de son bien pour un usage uniquement personnel et familial. Dans ce dernier cas, les lits peuvent devenir "froids" (occupés moins de trois semaines par saison).

SCÉNARIO DE L'ÉVOLUTION DU STOCK DE LITS en cas de non reconduction du bail



La destination touristique perd alors en capacité d'hébergement marchand et de fait en potentiel de séjour. L'économie locale diminue, tout comme la valeur des biens des propriétaires.Par voie de conséquence, c'est le chiffre d'affaires valléen lié à l'ensemble des activités induites qui est directement impacté ! (domaines skiables, restaurations, locations, services).

UNE MUTATION RAPIDE DU PARC D'HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

La Maurienne connaît et connaîtra une mutation brutale du parc d'hébergements touristiques liée en particulier à la concentration des fins de baux des résidences de tourisme entre 2012 et 2017.

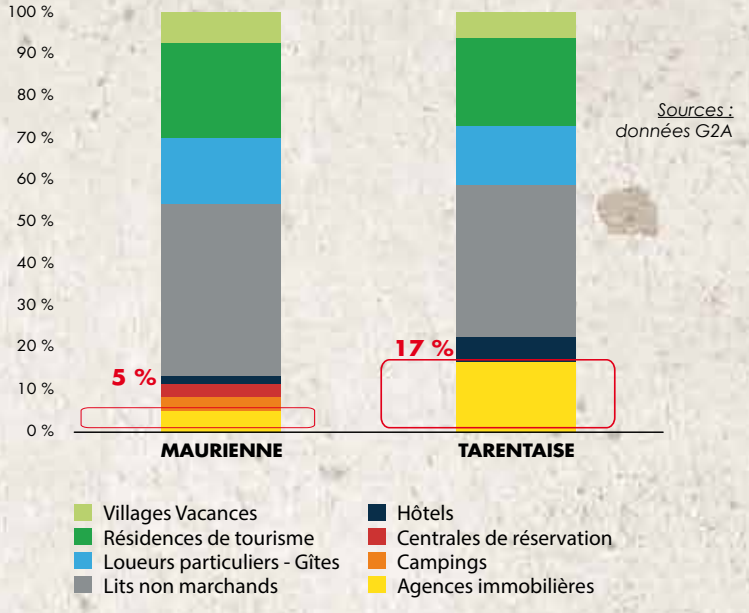
De 2006 à 2014, malgré la construction de nouveaux lits en résidence de tourisme, la part des lits à faible rendement (meublés, location de particulier à particulier) a explosé de 47 % ! *(Source : G2A)*

Tous les lits qui sortent des résidences de tourisme ne deviennent pas des lits froids :

- La location de particuliers à particuliers est devenue le second secteur de lits marchands. *(Source : G2A)*
- La commercialisation avec intermédiaire (agences immobilières, centrales de réservation) reste par contre faible en Maurienne. Pour comparaison, les agences immobilières en Tarentaise représentent 17 % de l'offre marchande, contre 5 % en Maurienne.

COMPARAISON DES CAPACITÉS

Maurienne / Tarentaise



La Maurienne n'échappe donc pas à la problématique du maintien du volume, de la qualité et de la commercialisation de ses capacités d'hébergements touristiques. Cette mutation rapide interroge la capacité de la commercialisation, avec intermédiaire ou de particulier à particulier, à capter les clientèles étrangères et à générer une fréquentation importante.

Enrayer la baisse des lits à fort rendement et la progression des lits les moins performants

La rapidité d'évolution du parc marchand renforce le caractère urgent d'agir de manière coordonnée sur l'ensemble des secteurs touristiques de Maurienne pour :

© Franck TOUSSAINT

Encourager plus encore la présence des opérateurs de résidences de tourisme, socle du modèle économique performant de la Maurienne actuellement et **établir un contact avec les propriétaires**.

© Relais de la Diligence

Offrir une alternative de qualité aux fins de baux : accompagner les propriétaires sortant du circuit résidence de tourisme vers la location par les réseaux intermédiaires (agences immobilières, centrales de réservation, SEM locales) pour maintenir les appartements dans un circuit marchand.

© Laurence PASDELOUP

Favoriser une location de particulier à particulier ouverte et transparente, en menant une politique "propriétaire" de proximité et de qualité.

POUR L'AVENIR DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE EN MAURIENNE

© Maurienne Tourisme

Ce qu'il faut retenir :

- L'hébergement constitue le socle de l'économie touristique de Maurienne : le pic de construction de lits au début des années 2000, lié aux dispositifs de défiscalisation par investissement immobilier, a engendré un développement rapide de l'économie.

- Le modèle de développement a été axé prioritairement autour du produit "ski" et sur des stations d'altitude. La fréquentation, concentrée sur quelques semaines par an seulement, engendre des pics de flux touristiques. Cette dynamique d'altitude n'a que peu bénéficié au fond de vallée ; les liens sont à renforcer entre pôles de vallée et secteurs d'altitude de Maurienne.

- L'économie touristique de Maurienne repose sur la commercialisation de ses hébergements : le niveau d'activités touristiques est directement lié à la fréquentation des sites et donc conditionné à la performance de commercialisation des hébergements.

- Un modèle qui arrive en limite : la construction de lits ces dernières années a maintenu le niveau d'activité, mais ne l'a pas renforcé ! Depuis 2006, la fréquentation stagne alors que la capacité marchande a augmenté de 31% ! *(Source G2A)*

Des enjeux à courts terme :

- Impulser une stratégie de territoire pour permettre le maintien des hébergements dans des circuits marchands et performants.
- Fédérer l'ensemble des acteurs de l'économie touristique autour d'un fond collaboratif à concevoir, pour palier la réduction des capacités publiques et maintenir le niveau d'investissement indispensable à la diversification de l'économie.
- Construire un développement touristique original, qui ne cherche pas à copier les autres territoires alpins, mais développe des spécificités qui le rendent durablement attractif.
- Imaginer et anticiper aujourd'hui les activités qui permettront de poursuivre le développement économique, lorsque le changement climatique contraindra les stations de basse et moyenne altitude à accueillir, avec plus de difficultés, des touristes sur leurs domaines skiables.

Maurienne
Schéma de Cohérence Territoriale

Le SCoT du Pays de Maurienne aura pour mission de :

- définir une stratégie touristique s'inscrivant dans un cadre commun de développement à l'échelle Maurienne (le Projet d'Aménagement et de Développement Durable). Cette stratégie devra notamment valoriser et préserver les richesses naturelles, optimiser l'utilisation du foncier en anticipant les conflits d'usages, renforcer les liens et fédérer les acteurs entre fond de vallée et secteurs d'altitude et s'articuler sur une mobilité adressée aux résidents permanents comme aux touristes.

- traduire cette stratégie territoriale dans le Document d'Orientations et d'Objectifs (DOO) afin de hiérarchiser le développement. Les projets d'Unité Touristique Nouvelle (UTN) devront être inscrits au SCoT. Ce dernier vaudra autorisation UTN.

© OT SAINT JEAN D'ARVES

Syndicat du Pays de Maurienne
Avenue d'Italie - 73300 St Jean de Maurienne
scot@maurienne.fr - Tél. 04 79 64 12 48

Diagnostic réalisé avec le soutien de

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Rhône-Alpes
CONTRAT DÉVELOPPEMENT DURABLE
PAYS DE MAURIENNE

SAVOIE
LE DÉPARTEMENT

Brochure à télécharger sur
www.maurienne.fr

Réalisation : SPM - Impression : Imprimerie SALOMON St Jean de Mne - Photos de couverture : Pierre JACQUES / Maurienne Tourisme