

TIA : Nouvelles tendances afin de dynamiser les stations de ski en été

Présentation du principe de diversification

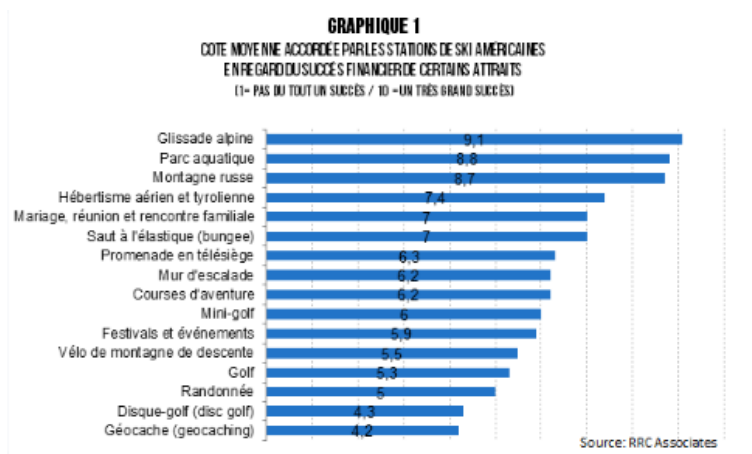
Il est loin le temps où les stations de montagnes étaient uniquement destinées aux activités d'hiver. Aujourd'hui, les stations sont actives toute l'année. Plusieurs facteurs expliquent ce phénomène notamment les divers changements climatiques ainsi que la forte demande des consommateurs en matière d'activités à pratiquer tout au long de l'année en montagne. Le développement d'une offre estivale dans les stations de ski permet, entre autre, de stimuler l'économie locale, d'optimiser l'utilisation des infrastructures déjà existantes dans les stations et de fidéliser la clientèle.

De plus en plus de stations d'hiver mettent en place une offre estivale ce qui crée une grande compétitivité entre elles. Les stations devront donc savoir se démarquer, s'adapter aux tendances touristiques et aux changements des comportements des consommateurs pour rester compétitif.

Public cible

Les offres et activités étant très diverses, on ne peut pas établir de public cible bien défini. En effet, les stations ont pour but de fidéliser leur clientèle hiver, on peut donc dire que la clientèle hiver et été est très similaire.

Diversifications : exemples



Les activités qui procurent des sensations fortes (glissades, tyroliennes, saut à l'élastique, escalade...) ont une tendance à la hausse dans les stations américaines et canadiennes. Les parcours d'aventures, tyroliennes et murs d'escalade se multiplient dans les stations. Des courses d'aventures extrêmes sont également organisées dans les stations québécoises.

Les parcs d'attractions et aquatiques à même la montagne se développent également énormément. Pour éviter les gros investissements les activités peuvent être organisées à partir d'installations déjà existantes ou d'aménagements temporaires.

Selon les gestionnaires de stations, les trois attractions qui génèrent les plus grand succès financier sont la luge alpine, le parc aquatique et la montagne russe.

Les télésièges sont également en marche l'été dans certaines stations et font parties intégrante d'un parcours de ballade pour les touristes.

D'autre part les spas sont deviennent de plus en plus courants dans les stations de montagne, certaines stations organisent même des festivals de bien-être, comme en Californie avec le festival de yoga Wanderlust. Les offres culinaires mettant en valeurs les produits régionaux (aliments, vins...) sont également en perpétuelle augmentation. Le tourisme gourmand est très apprécié l'été dans les stations, et des « hôtels à la ferme » voient également le jour.

Au Québec un festival d'automne est organisé, il a une politique de « beau temps mauvais temps », c'est-à-dire qu'il offre des activités quels que soient la température et le temps qu'il fait.

Offres similaires

Toutes les stations de montagne subissent ces changements climatiques hivernaux et tendent de parer la perte de clientèle de diverses manières. Au Canada, par exemple, la station de Whistler bien connue pour ses activités hivernales, est devenue dernièrement une station 4 saisons reconnue. La station du Massif de Charlevoix, est également multitask. Elle tient désormais une place importante sur le marché du tourisme gourmand, de même que la station de moyenne montagne de Stowe aux Etats-Unis.

En développant les activités culturelles en misant sur leur caractère ludique et novateur, les stations de Sain Sauveur au Canada, ou Jay Peak aux Etats-Unis, par exemple, proposent un parc aquatique impressionnant qui attirent petits et grands.

En France également, la tendance est à la diversification des activités. L'Isère cherche à valoriser ses forêts en proposant des chemins suspendus. D'autres stations françaises (plus d'une centaine actuellement), proposent des parcours VTT, offre qui aide à la rentabilité des remontées mécaniques en été.

Avantages et risques

La diversification des activités d'une destination permet, en effet, de pouvoir attirer une clientèle plus variée, mais aussi d'étaler son offre touristique sur plusieurs saisons. De plus, si la station est capable de proposer des activités innovantes que ses concurrents ne possèdent pas, elle bénéficiera d'un avantage indéniable en matière d'attrait. Toutefois, il faut que ces changements se fassent de manière contrôlée et en accord avec tous les acteurs de la station. En développant une station trop rapidement ou de manière démesurée, celle-ci risquerait de couler sous des dettes. En effet, de par le fait que ces infrastructures demandent de gros investissements, il faut aussi constamment renouveler l'intérêt du client et s'adapter aux changements de comportement du consommateur. De plus, il faut aussi rester fidèle à l'image de marque de la station et son positionnement, sous peine de voir la station désertée.

Diversifier son activité peut donc permettre à une station d'attirer une nouvelle clientèle à une nouvelle période, mais cela doit se faire avec précaution.

Sources

https://attachment.fbsbx.com/file_download.php?id=1481415152127801&eid=ASuWyoLyaVbXALO-O97dS3SgaqC0cE_dg3-k5mcN780L-uQtAiyvj9RrLfdX8ck1a4&inline=1&ext=1413619950&hash=ASt07rvMND7JSEq2

http://www.congresdeneu.ad/docs/pdf/UNWTO_mountainlikers_2014_Paul_Arseneault.pdf

<http://www.austria.info/fr>

« L'été ça bouge au pied des pistes », site internet : veilleinfotourisme.com

« Tendances et bonnes pratiques dans les desintations touristiques de montagne », veilleinfotourisme.com