



MASTER TOURISME

Parcours « TIC appliquées au Développement des Territoires Touristiques »

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

Changements des modes de consommation dans les pratiques touristiques en montagne : Le cas du territoire d'Ax-les-Thermes et sa station de ski, Ax 3 Domaines.

Présenté par :

Cindy DEBAT

Année universitaire : **2022 – 2023**

Sous la direction de : **Philippe Godard**



MASTER TOURISME

Parcours « TIC appliquées au Développement des Territoires Touristiques »

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

Changements des modes de consommation dans les pratiques touristiques en montagne : Le cas du territoire d'Ax-les-Thermes et sa station de ski, Ax 3 Domaines.

Présenté par :

Cindy DEBAT

Année universitaire : **2022 – 2023**

Sous la direction de : **Philippe Godard**

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès
n'entend donner aucune approbation, ni improbation
dans les projets tuteurés et mémoires de recherche.
Les opinions qui y sont développées doivent être
considérées comme propres à leur auteur(e)

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier dans un premier temps Monsieur Philippe Godard, pour m'avoir encadré durant tout ce travail de recherche. Notamment pour m'avoir orienté dès le début de ce travail et en me donnant des conseils et des pistes nécessaires pour le déroulement et l'aboutissement de ce deuxième mémoire.

Je tiens également à remercier particulièrement Madame Stéphanie Lemaître et Monsieur Michel Dupont pour m'avoir permis d'échanger sur mon sujet et d'avoir répondu à toutes mes questions.

Je souhaite adresser des remerciements à l'Université Toulouse Jean Jaurès et particulièrement au centre universitaire de l'Ariège. Ainsi que tout le corps enseignant et encadrant qui auront fait de ces années des moments de vie marquants.

J'aimerais remercier toutes les personnes qui m'ont soutenue de près comme de loin pour leur attention et leur aide à la réalisation de ce deuxième mémoire. Mais surtout à ma famille pour m'avoir encouragée à poursuivre en master.

SOMMAIRE

| | |
|---|------------|
| REMERCIEMENTS..... | 5 |
| SOMMAIRE..... | 6 |
| INTRODUCTION GENERALE..... | 7 |
| PARTIE 1 : LA MONTAGNE, UN TERRITOIRE FRAGILE AU PROFIT DU TOURISME HIVERNAL..... | 8 |
| INTRODUCTION DE LA PARTIE 1..... | 9 |
| Chapitre 1 : Les territoires de montagne à la naissance du tourisme..... | 10 |
| Chapitre 2 : Évolution de l’offre touristique en montagne..... | 22 |
| Chapitre 3 : Les modes de consommation touristiques en hiver..... | 35 |
| CONCLUSION PARTIE 1..... | 46 |
| PARTIE 2 : CONTEXTUALISATION DE LA RECHERCHE : LE CAS DE LA STATION D’AX 3 DOMAINES ET LE TERRITOIRE D’AX-LES-THERMES..... | 47 |
| INTRODUCTION PARTIE 2..... | 48 |
| Chapitre 1 : La station d’Ax 3 Domaines et son territoire (Ax-les-Thermes)..... | 49 |
| Chapitre 2 : Ax-les-Thermes, une commune intégrée à un territoire riche où le tourisme domine..... | 79 |
| Chapitre 3 : Méthodologie et pistes de réflexion à considérer pour des enjeux territoriaux forts | 90 |
| CONCLUSION PARTIE 2..... | 102 |
| PARTIE 3 : DES SCÉNARIOS DE DÉVELOPPEMENT À CONCEVOIR POUR UN AVENIR DURABLE DU TERRITOIRE D’AX-LES-THERMES..... | 103 |
| INTRODUCTION PARTIE 3..... | 104 |
| Chapitre 1 : Vers un développement touristique à l’année du territoire d’Ax-les-Thermes | 106 |
| Chapitre 2 : Plus qu’un territoire, une destination..... | 119 |
| Chapitre 3 : Vers un territoire vivant et habité..... | 131 |
| CONCLUSION PARTIE 3..... | 139 |
| CONCLUSION GENERALE..... | 141 |
| BIBLIOGRAPHIE..... | 143 |
| ANNEXES..... | 147 |
| TABLE DES FIGURES..... | 155 |
| TABLE DES MATIERES..... | 156 |
| RÉSUMÉ..... | 160 |
| SUMMARY..... | 160 |

INTRODUCTION GÉNÉRALE

"La montagne offre à l'homme tout ce que la société moderne oublie de lui donner."
(Boris Vian, écrivain)

Depuis la nuit des temps, la montagne a su apporter à l'Homme des paysages uniques et grandioses, malgré son hostilité. Cette dernière a contribué à inventer de nouvelles histoires en montagne, telle que le tourisme. Dont l'Homme y a planté un tout nouveau décor.

Les habitudes et pratiques des touristes ont changé au fil des saisons, ainsi que les offres touristiques qui ont évolué et qui se sont adaptées aux nouvelles demandes et au climat. En effet, nous allons évoquer la problématique de la bi saisonnalité, avec le modèle du tout-ski qui va être remis en cause dans ce travail de recherche. Notre réflexion va se découper en trois phases. D'abord, l'idée est de comprendre les notions qui sont rattachées aux territoires de montagne. Avec notamment le changement climatique qui vient bouleverser les nouvelles demandes des consommateurs. La deuxième phase de cette étude concerne l'offre touristique L'offre touristique hivernale est à remodeler par rapport à l'offre estivale qui, elle, est en hausse. En effet, le tourisme hivernal est défini comme un secteur d'activité unique permettant de générer un développement territorial. Cet axe de réflexion s'inscrit dans un terrain d'étude précis et encadré par l'entreprise dans laquelle je suis en alternance. La station de ski d'Ax 3 Domaines m'a donc donnée la problématique suivante à suivre : « **Comment faire face à la bisaisonnalité et nouvelles demandes des consommateurs sur le territoire d'Ax-les-Thermes ?** ».

En effet, le but est de pouvoir avoir une approche systémique de la station avec son territoire et notamment la commune d'Ax-les-Thermes.

Cette problématique est alimentée par trois hypothèses, qui prennent la forme de pistes de réflexion. Pour répondre à cette dernière, des scénarios seront mis en place vis-à-vis de la ville et de la station et la dernière phase se conclura sur des propositions d'actions, par le biais de fiches d'action, de manière à répondre le plus précisément à la problématique.

**PARTIE 1 : LA MONTAGNE, UN TERRITOIRE
FRAGILE AU PROFIT DU TOURISME
HIVERNAL**

INTRODUCTION PARTIE 1

Cette première partie vise à contextualiser notre étude sur les territoires de montagne et à rappeler les concepts-clés. L'objectif est de pouvoir guider notre réflexion théorique par des lectures. L'objet de cette partie est de pouvoir définir les territoires de montagne, les stations de montagne, leur relation avec le changement climatique et leurs terres d'implantation.

Nous allons revoir une des notions importantes, qui est celle de la transition, et qui correspond à un changement d'une évolution souhaitée ou soumise. Ce terme est très souvent repris, parfois à tort, mais en réalité, il est surtout associé à la notion du changement climatique. Cette dernière est une véritable bête noire des stations de montagne, notamment à cause des conséquences désastreuses sur les territoires de montagne qui doivent anticiper ou s'adapter.

Tout d'abord, il faut comprendre l'histoire des territoires de montagne : C'est un espace rural, considéré comme isolé, avec des mesures de protection propres pour chaque espace. À l'époque, nous pouvons voir des récits qui dressent le portrait de la montagne comme un environnement très hostile et difficilement domptable mais pour l'imaginaire collectif, il y a aussi ses habitants, qui sont parfois contraints d'en partir.

C'est depuis la naissance du secteur du tourisme, où les stations de montagne ont vu le jour au fur et à mesure, impulsées par l'État, que l'histoire continue. C'est l'activité du ski qui devient à la mode et transforme les stations de montagne en industries touristiques hivernales. C'est le fameux développement d'un modèle dit "tout-ski".

Ce modèle aujourd'hui, bien qu'il fonctionne toujours, commence à connaître de grosses controverses à mesure que le changement climatique avance. De nouvelles demandes de la part des consommateurs en matière de voyage sont également en train d'apparaître et incitent à revoir les offres proposées, que ce soit sur la période hivernale ou estivale.

C'est à partir de là que l'on commence à parler de diversification sur les territoires de montagne, et plus précisément sur les stations de ski et leur domaine.

CHAPITRE 1 : LES TERRITOIRES DE MONTAGNE À LA NAISSANCE DU TOURISME

Ce premier chapitre, qui ouvre notre étude, permet de définir les territoires de montagne et leur rapport avec le tourisme. Les concepts-clés sont définis ainsi que tout le cadre théorique autour des notions rejoignant le concept de transition dans les territoires de montagne.

1. Les territoires montagnards

Il est difficile de définir précisément les territoires de montagne car la montagne engendre d'autres termes qui lui sont associés tels que les zones de montagne ou les massifs. De plus, ces espaces sont considérés comme fragiles selon la loi, ce qui leur confère une protection légale particulière.

1.1 Des caractéristiques propres aux territoires de montagne

Les territoires de montagnes ont des caractéristiques particulières, qui ont besoin d'être protégées, bien qu'une loi législative assure déjà une partie de ce rôle. Nous allons voir que les zones de montagnes sont difficiles à définir, à mesurer et à maîtriser. Les aléas climatiques en font majoritairement partie, mais pas que. On parle de contraintes liées au relief, mais également aux conditions météorologiques, comme la perte d'un degré tous les 200 mètres d'altitude. En fonction du versant, de l'altitude, de l'exposition, ces contraintes dessinent des écosystèmes variés et forment ainsi les différents étagements de la montagne.

Les massifs sont une forme de regroupement des zones de montagne. Selon la loi du 09 janvier 1985, les massifs sont caractérisés comme : “ chaque zone de montagne et les zones qui lui sont immédiatement contiguës et qui forment avec elle une même entité géographique, économique et sociale.” Selon l’Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE), les communes rurales qui accueillent moins de 2000 habitants “ n’appartiennent pas à l’espace à dominante urbaine”. Par conséquent, plusieurs communes de montagne sont considérées comme des espaces ruraux. Certaines communes de montagne excèdent les 2000 habitants, notamment durant la période hivernale, et pourtant, elles n’appartiennent pas à un espace urbain dominant. Apporter de la nuance à cette définition est donc primordial. Les territoires de montagne possèdent une géographie complexe, notamment par l’altitude, le relief ou la pente, qui les rendent fragiles. Si l’on reprend la définition donnée par Géoconfluence, ils précisent que « Les montagnes sont aussi soumises à des aléas pouvant engendrer des risques pour ces dernières ». L’article 3 de la loi montagne de 1985 reconnaît ces contraintes naturelles. Elle dispose : « Les zones de montagne se caractérisent par des handicaps significatifs entraînant des conditions de vie plus difficiles et restreignant l’exercice de certaines activités économiques. ». Dans cette même dynamique, la loi montagne du 9 janvier 1985 avait pour but de revitaliser les territoires de montagne en leur assurant une protection. Plus précisément, il y avait une volonté de préserver l’agriculture et de lutter contre la désertification par un tourisme durable. Voici les différentes règles d’urbanisme qui ont pu rendre possible cette protection grâce à la loi montagne, telles que :

- La protection du patrimoine culturel et naturel, notamment des rives et des lacs.
- Le principe d’urbanisation en continu avec les bourgs, villages, hameaux et habitations déjà existantes.
- Une volonté de protéger le secteur agricole, pastoral et forestier en limitant l’urbanisation des terres.

Bien évidemment, malgré des mesures de protection des espaces montagnards de par ses particularités, la montagne n’en reste pas moins dangereuse.

1.2 Une montagne plus dangereuse ?

Le changement climatique est un impact à prendre en considération avec les risques naturels, auxquels les sociétés de montagne devront faire face.¹ Les acteurs de montagne se posent déjà la question, malgré le fait que les phénomènes générateurs de risques naturels en montagne soient probablement plus incertains qu'ailleurs, voire plus. L'augmentation significative des températures moyennes participent directement à l'évolution des phénomènes, bien que la température détermine très peu les phénomènes générateurs de risques naturels en montagne.¹ Dans les bilans de masse, on retrouve le rayonnement, mais aussi l'accumulation hivernale ainsi que la dynamique des glaciers.¹ On retrouve les chutes de glaces qui font partie des phénomènes qui peuvent générer des dégâts directs dans la zone aval, avec la destruction de chalets, d'infrastructures, peuplement forestiers...¹ Les déclenchements d'avalanches et la formation d'écoulements torrentiels sont des conséquences indirectes si la masse de glace vient à faire barrage temporairement à un écoulement.¹ Un autre déclenchement reste la fonte du pergélisol. Ce sont des sols contenant de la glace susceptible de retourner à l'état liquide sous l'effet du réchauffement.¹ Bien évidemment ces événements restent rares, mais au fil du temps, et avec l'augmentation des températures, ils peuvent conduire à se multiplier significativement.¹

Ces phénomènes peuvent être considérés comme des indicateurs à prendre en compte vis-à-vis du changement climatique, pour permettre de voir son évolution qui, elle, est significative.¹

¹ Didier Richard, Emmanuelle George-Marcelpoil et Vincent Boudières, « Changement climatique et développement des territoires de montagne : quelles connaissances pour quelles pistes d'action ? », *Journal of Alpine Research | Revue de Géographie alpine* [En ligne], 98-4 | 2010, mis en ligne le 27 janvier 2011, consulté le 22 août 2023. URL : <http://journals.openedition.org/rga/1322> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rga.1322>

2. L'impact du changement climatique sur les territoires de montagne

Depuis déjà de nombreuses années, les évolutions climatiques ont modifié et modifient encore l'environnement tel qu'on le connaît, et cela de manière irréversible. Pour exemple : le recul des glaciers, la diminution de la couverture neigeuse, la fonte du permafrost, la modification des écosystèmes...² À savoir que ces modifications se poursuivront quel que soit le scénario étudié et retenu, même si la température de la Terre se stabilise.²

On peut d'ores et déjà observer qu'il existe de nombreuses initiatives et actions territoriales en faveur de l'atténuation et l'adaptation du changement climatique.² Bien qu'elles restent le plus souvent sectorielles et locales, elles sont parfois difficiles à faire adopter, et d'efficacité mal connue à l'échelle du territoire pris dans sa globalité.² L'un des enjeux pour les territoires de montagne va être de pouvoir anticiper et coordonner des actions d'adaptation, tout en favorisant l'implication des parties prenantes.²

Une des questions que l'on se pose est celle de savoir si les conséquences du changement climatique peuvent être atténuées, mesurées voir contrôlées en amont pour pouvoir réagir en conséquence.

Les avalanches font partie des phénomènes relatifs à la neige qui devraient être les plus directement influencées par l'augmentation des températures et la réduction du nombre de jours de gel.² Une réduction progressive de l'enneigement aux altitudes moyennes (nombre de jours de neige au sol et cumuls de neige) est observée (Durand et al.,2009).

Les territoires de montagne sont donc amenés à connaître des redoux hivernaux plus fréquents et beaucoup plus marqués que maintenant.

² Didier Richard, Emmanuelle George-Marcelpoil et Vincent Boudières, « Changement climatique et développement des territoires de montagne : quelles connaissances pour quelles pistes d'action ? », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* [En ligne], 98-4 | 2010, mis en ligne le 27 janvier 2011, consulté le 22 août 2023. URL : <http://journals.openedition.org/rga/1322> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rga.1322>

Il est donc indéniable de constater que le changement climatique a un réel impact sur les territoires de montagne.

2.1 Un territoire fragile au profit du tourisme

Les territoires de montagne subissent de nombreux changements au cours de l'année, comme on a pu le voir précédemment. Une partie importante reste protégée (30% de la superficie montagnarde, contre 12% en moyenne nationale et 20% des communes de montagne sont concernées par un parc national ou régional, une réserve naturelle volontaire, un arrêté de protection de biotope ou une forêt de protection).³ Le tourisme a donc un rôle important à jouer dans la préservation, mais également dans la sensibilisation de ces territoires fragiles, face au changement climatique.

L'effet du changement climatique sur le taux d'enneigement est une des conséquences qui est au cœur des préoccupations pour les stations de ski. En effet, les stations de ski sont tributaires du manteau neigeux pour pouvoir ouvrir. Le tourisme peut donc être très vite remis en cause face aux aléas climatique, qui peuvent être analysés mais pas contrôlés. A noter que le déficit du taux d'enneigement a pu être posé sur la table durant l'hiver 2006-2007. De là, a découlé les premiers événements consacrés à la question environnementale, tel que le premier forum international intitulé « *Les stations s'engagent pour la planète* » à Avoriaz, mais aussi les « *Ateliers de la terre* » à Courchevel. Plusieurs stations françaises ont, en effet, bénéficié d'approvisionnement en énergies renouvelables, tel que Chamrousse et Serre-Chevalier pour ne citer qu'elles. On retrouve aussi des démarches de certification environnementale ISO 14001 et la qualité sécurité environnement au Ménuires et Montgenèvre.

C'est à partir de ce moment-là que l'on a pu parler du terme de « transition » concernant les territoires de montagne.

³ THOYER Sophie, NAAIM Mohamed, « Changement climatique : quelle stratégie d'adaptation pour les territoires de montagne ? Avant-propos », *Sciences Eaux & Territoires*, 2019/2 (Numéro 28), p. 3-3. DOI : 10.3917/set.028.0003. URL : <https://www.cairn.info/revue-sciences-eaux-et-territoires-2019-2-page-3.html>

Lorsque l'on parle de transition, il faut d'abord comprendre que l'on parle d'un changement à une évolution souhaitée ou soumise. Derrière ce terme se cache le questionnement du monde de la montagne sur les enjeux liés au réchauffement climatique et ses conséquences sur l'économie des territoires.⁴ La plupart des acteurs de la montagne parlent de « transition » pour signifier les changements à venir en termes de conditions climatiques.³

En revanche, bien que la plupart des stations veulent pouvoir faire preuve de "transition" pour pallier au changement climatique, toutes les stations ne sont pas amenées à pouvoir appréhender leur transition touristique. Pour cela, il faut d'abord comprendre l'impact social, économique et environnemental de la station.

Il faut bien se rendre compte que tous les territoires de montagne ne peuvent pas pallier de la même manière au changement climatique. De plus, certains chercheurs ont montré que la quasi-totalité des stations de "moyennes montagnes" veulent continuer de garder le modèle du tout-ski coûte que coûte, avec le produit neige de ski alpin comme moteur de l'offre. Cette motivation peut s'avérer justifiée puisque les nouveaux modèles proposés ne leur permettent pas de faire face à la concurrence qui s'exacerbe.⁵ Et ce, même si le tourisme alpin est en perpétuel évolution. Le ski, c'est un secteur qui représente 82% du chiffre d'affaires touristique de la montagne. Or, le système des sports d'hiver de ski alpin est pointé du doigt pour sa déconnexion au niveau des systèmes paysagés, économique et social. Les stratégies pour maintenir l'activité du ski prennent donc le pas sur toutes les réflexions concernant l'enjeu climatique.⁶

⁴ Les transitions touristiques et territoriales des territoires de montagne, *Espaces* n°362, 2021. EMMANUELLE GEORGE, HUGUES FRANCOIS, LUCAS BERARD-CHENU, LAURA ROUCH Univ-Grenoble-alpes, INRAE-LESSEM. p 80-85

⁵ Vincent Vlès, « Anticiper le changement climatique dans les stations de ski : la science, le déni, l'autorité », *Sud-Ouest européen*, 51 | 2021, 127-139.

⁶ Vincent Vlès, « Anticiper le changement climatique dans les stations de ski : la science, le déni, l'autorité », *Sud-Ouest européen*, 51 | 2021, 127-139.

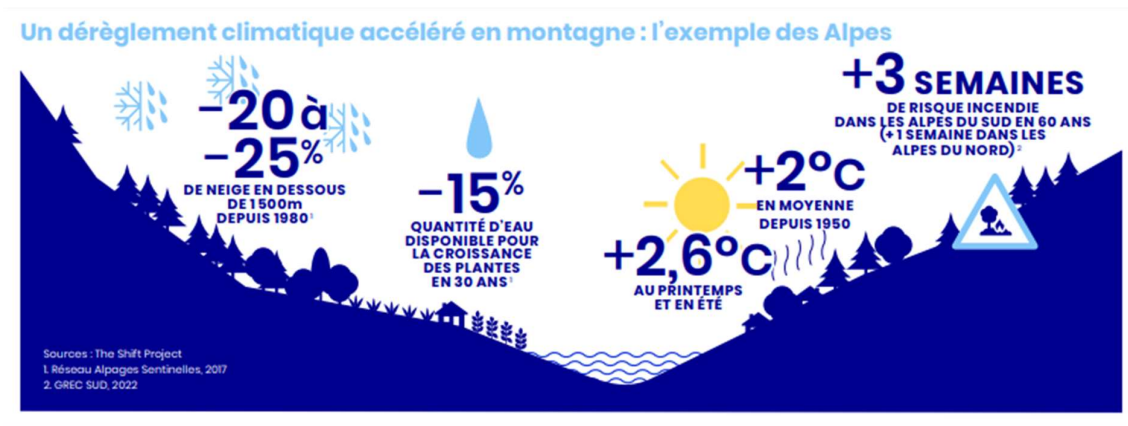


Figure 1 : Un dérèglement climatique accéléré en montagne : l'exemple des Alpes

Voici un exemple en chiffres du dérèglement climatique accéléré en montagne dans les Alpes. Un des chiffres qui retient l'attention, c'est la température qui atteint plus de 2,6°C au printemps et en été. Cette augmentation de la température sur du moyen, voir long terme, peut engendrer la perte de réservoirs d'eau (glace et neige), qui peuvent aggraver les sécheresses, les inondations, en ayant aussi des répercussions sur l'agriculture, l'industrie ou encore la biodiversité.

2.1.1 Le tourisme pyrénéen face au développement durable

Cette notion de « tourisme durable » est apparue tardivement, en 1995, date de la conférence mondiale sur le tourisme durable célébrée à Lanzarote (Canaries), qui est un lieu emblématique du tourisme de masse.⁷ Ce type de tourisme a été mis en œuvre lentement, et difficilement dans les Pyrénées, notamment dans les stations de sports d'hiver. Bien que ce dernier soit affiché dans les politiques publiques de développement touristique des stations et des intercommunalités depuis dix ans, son application concrète sur le terrain fait face à de nombreuses résistances, qui sont le résultat de mauvaises médiations et d'une planification insuffisante.⁷ En effet, on retrouve à cet époque le tourisme durable qui est affiché dans des documents prévu, sur du long terme et pour des cadres stratégiques qui engagent peu.⁷ Ainsi, on retrouve des points qui caractérisent

⁷ Sylvie Clarimont et Vincent Viès, « Le tourisme pyrénéen face au développement durable : une intégration partielle et hésitante », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* [En ligne], 97-3 | 2009, mis en ligne le 09 décembre 2009, consulté le 22 août 2023. URL : <http://journals.openedition.org/rga/967> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rga.967>

les Pyrénées : une intégration du tourisme dans un axe de développement durable qui a été lente et hésitante, et où les projets ont été mis en place pour du long terme et non prioritaires dans l'insertion des politiques publiques. L'immobilier de loisirs qui fut le principal facteur de développement a bouleversé les équilibres résidentiels et fonciers traditionnels.⁷ Cela a engendré une gêne pour le financement de la requalification des stations de montagne, comprenant le vieillissement urbain, ainsi que les espaces publics qui n'ont pas été dans une optique d'avoir des stratégies de reconquête.⁷

Les pratiques de durabilité dans le secteur touristique restent une donnée très récente selon le sommet mondial de l'écotourisme en 2002, qui rompt avec les pratiques du passé. Cette notion de durabilité ne fait bien évidemment pas l'unanimité dans les stations. Considérée comme floue, elle n'est pas bien identifiée à ce moment-là car elle peut être autant appliquée de manière globale que locale, et donc poser problème par le biais des acteurs qui peuvent interpréter cette notion de façon globale lorsque cela était à leur avantage, pour ne pas y penser de façon locale.⁷ Mais l'injonction de durabilité fut inscrite en France dans les lois depuis 1999. Ainsi donc, elle a pu acquérir peu à peu une dimension dite « normative », qui a fini par la rendre incontournable en montagne.⁷ Cette idée a pu faire émerger une perspective de long terme et se mettre au service des touristes mais aussi de l'ensemble de la population permanente et saisonnière. Malgré cela, les investissements d'équipements lourds continuent de grappiller du terrain. Par exemple, la politique des pôles touristiques en Pyrénées, lorsqu'elle fut définie en 2002, a établi la notion de durabilité comme objectif principal, mais cela n'a pas suffi, faute de fixation de critères de durabilité, que ce soit dans son application ou dans l'évaluation des actions en 2006. Cela témoigne du principe de la notion dite « durable » qui est souvent contredite dans les faits.⁷ Mais c'est cette même année où cette politique est lancée dans les Pyrénées Françaises par l'État français. Les départements et régions cherchent à créer un équilibre économique et social mieux partagé pour des territoires contenant une ou plusieurs stations de montagne.⁷ En effet, il est dans leur intérêt de créer un équilibre de ces territoires lorsque l'on sait que « Ces vallées regroupent 70% du potentiel touristique du massif ». ⁷ Et si les 28 stations pyrénéennes ne représentent que 12 % du chiffre d'affaires « neige » de la France, elles composent le tiers des nuitées du massif. Six stations (Ax 3 Domaines, Font-Romeu, Gourette, Le Tourmalet, Luchon, Saint-Lary) sont

considérées comme fournissant la grande majorité des activités et des emplois (Comète-Confédération Pyrénéenne du Tourisme, 2005). Dans ce sens, il est important de développer cette priorité de « durabilité » pour les stations des Pyrénées.

2.2 Un taux d'enneigement irrégulier

La qualité de la neige selon Atout France, (2015) : « constitue l'élément le plus différenciant entre les vacances de printemps et les autres périodes de la saison ». Cela nous permet de se rendre compte de l'importance du taux d'enneigement durant la saison hivernale. Le taux d'enneigement est donc un paramètre primordial dans l'ouverture des domaines skiables. Des études d'impact qui se concentrent sur des aspects liés à l'offre touristique, sur les conditions d'enneigement rencontrées dans les domaines skiables et sur les possibilités techniques de les améliorer montrent que cette dernière ne prend pas en compte l'évolution de la demande des consommateurs.⁸

Le but serait donc de pouvoir mesurer l'impact du changement climatique, et plus particulièrement la dégradation annoncée de l'enneigement, sur l'industrie du ski.⁹

Le taux d'enneigement ne se ressemble pas au fil des saisons, bien que pour qu'un domaine skiable soit déclaré "sûr en neige", il faut qu'il bénéficie d'une hauteur suffisante de neige artificielle durant un minimum de 100 jours par saison (du 1er décembre au 15 avril).

Selon les estimations de l'évolution de la couverture neigeuse dans les Alpes et les Pyrénées : « Les altitudes les plus basse seraient particulièrement concernées, alors qu'au-dessus de 2000 mètres et de 2500 mètres, l'enneigement en hiver serait peu touché ».⁹

⁸ Danielle Arnaud nous parle ici de la neige poudreuse que les skieurs sont amenés à rechercher, or, cette neige n'est pas pour tout le monde, est cela reste une minorité de skieurs qui recherchent ce type de neige

⁹ Christophe Clivaz, Camille Gonseth, Cecilia Matasci. *Tourisme d'Hiver*. Suisse : Le Savoir Suisse, 2015, p. 49

La diminution du nombre de jours où la hauteur de neige est supérieur à 20 cm, ne serait réelle au-dessous de 2,400 mètres, notamment, lors des périodes très touristiques allant du 20 au 31 décembre et du 15 au 30 avril ; ce phénomène étant davantage marqué en hiver qu'au printemps.⁶ Ainsi, l'étude citée de la MIES considère que « *des problèmes se poseraient aux stations ne disposant pas de domaine de haute altitude* » (quel que soit le massif : Alpes, Pyrénées, Massif Central, Jura, Vosges). Il n'y aurait donc pas de régions favorisées ou défavorisées a priori. Certes, l'enneigement est plus faible à altitude égale dans les Alpes du Sud et les Pyrénées que dans les Alpes du Nord, mais les stations de sports d'hiver sont également situées à des altitudes plus élevées.⁶ Tous ces aléas favorisent indéniablement un déséquilibre social, environnemental et économique.

2.3 Déséquilibre social, environnemental et économique

Certains territoires de montagne font donc face à plusieurs déséquilibres au niveau social, environnemental et économique. Bien que les priorités soient plus axées sur le côté environnemental, on constate une évolution du côté social avec notamment l'impact de la généralisation du télétravail et la pérennisation ou non de comportements semi-nomades issus des périodes de confinement.

Au niveau de l'aléa climatique, comme on a pu le voir précédemment, l'analyse du SEATM montre que les données disponibles permettent de conclure à une tendance générale à la diminution de l'enneigement au cours des 40 dernières années.⁶

On retrouve aussi les projections du changement climatique, avec le changement de températures globales à la fin du XXI^e siècle comprise entre +1° et +4,5°C. Celles en Europe sont généralement comprises entre +1° et 3,5°C.¹⁰

Il y a aussi le problème du logement, notamment avec le fait qu'il y a moins de possibilité de trouver un poste logé notamment durant la saison. Mais l'on retrouve surtout un fort vieillissement du patrimoine immobilier de beaucoup de stations de montagne, avec un entretien insuffisant, qui aboutit à une dégradation de l'offre. On retrouve un risque d'éclosion de diverses friches touristiques.⁶ Cela a été mis en évidence

par les élus locaux qui constatent une baisse dans la fréquentation de leurs stations, se traduisant notamment par un surcoût du fonctionnement des équipements publics et une diminution d'activité pour les entreprises locales liées au tourisme.¹⁰ On estime à 6 millions le nombre de lits en meublés et résidences secondaires concernés par la réhabilitation, dont 1.3 million situés sur des stations de montagne et concentrés dans les Alpes et les Pyrénées.⁶ Sachant que la plupart sont destinés à un usage exclusivement saisonnier. Tel est l'intérêt de poursuivre les efforts de réhabilitation, que ce soit pour la clientèle ou les saisonniers.

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, « *le nombre de touristes internationaux va continuer à augmenter, plus rapidement que la croissance économique mondiale.* »

En termes de déséquilibre économique, selon la Fnaim, on retrouve l'impact de la généralisation du télétravail qui a été l'une des conséquences de la hausse du prix des logements de 21,3% sur ces 5 dernières années (2016 - 2021).¹¹ Les autres facteurs sont l'aspect attractif de la montagne et la rareté du foncier. Le déséquilibre environnemental se voit notamment par l'écart de saison qui tend à raccourcir de plus en plus, que ce soit lors de la saison d'été ou d'hiver.

3. Une saison estivale de plus en plus prisée

Entre la fréquentation hivernale et estivale, on constate une grande disparité. Notamment pour le territoire de l'Ariège, qui enregistre un taux de fréquentation globalement plus élevé en montagne l'été que l'hiver, sans forcément corrélér ce taux avec les stations de ski.

La saison hivernale est pour bien des stations la saison la plus importante en termes d'économie, mais la saison estivale est celle qui séduit de plus en plus de vacanciers. Nous avons pu le constater durant l'épidémie de Covid, où les touristes se

¹⁰ Rapport d'information n° 15 (2002-2003) de M. [Jean-Paul AMOUDRY](#), fait au nom de la mission commune sur la politique de la montagne, déposé le 9 octobre 2002

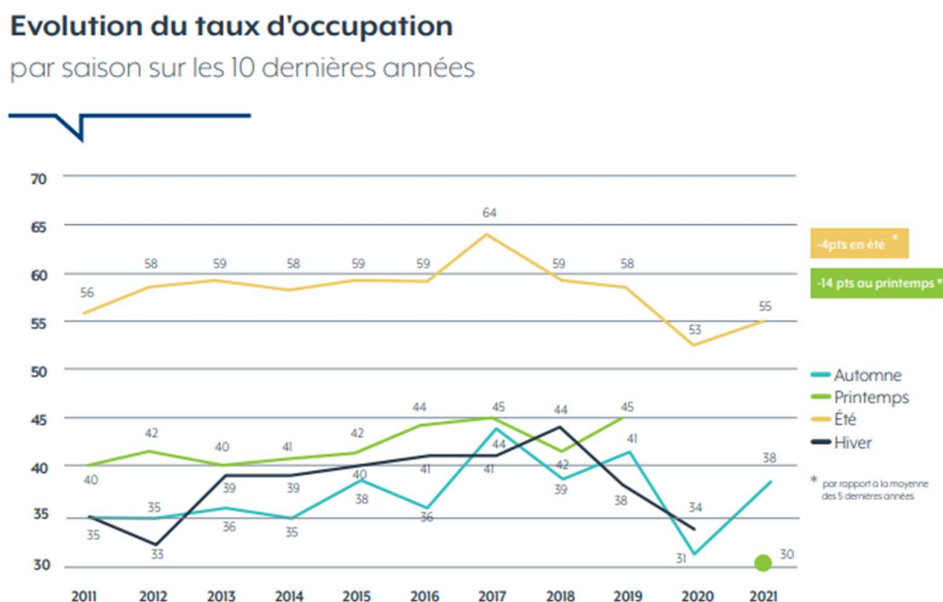
¹¹ « Le marché immobilier confirme sa résilience et bat de nouveaux records », Communiqué de presse de la FNAIM du 12/01/2022, <https://www.fnaim.fr/communiquedepresse/1810/10--conjoncturele-marche-immobilier-confirme-sa-resilience-et-bat-de-nouveaux-records.htm>

sont montrés plus favorables pour aller découvrir de nouveaux territoires proches de chez eux. Le but était surtout d'éviter les plages bondées et pouvoir se tourner vers des destinations françaises moins fréquentées comme la montagne.⁹ À savoir que 8% des français partent en vacances l'hiver, contre 60 à 65% de taux de départ en été (Albert, 2019, p12).

Ce chiffre nous montre l'importance de pouvoir se tourner davantage sur la diversification des activités l'été, notamment au niveau de la communication de certains territoires de montagne.

Si l'on regarde au niveau du nombre du taux d'occupation par saison sur les 10 dernières années :

Figure 2 : Évolution du taux d'occupation par saison sur les 10 dernières années.



Selon les données de la DGFiP, de l'INSEE en partenariat avec la DGE et des partenaires régionaux, la période estivale est la période la plus performante avec un taux d'occupation en moyenne de 58%. À l'inverse, l'automne est la période la moins performante avec un taux d'occupation de 37% en moyenne.

Chapitre 2 : Évolution de l'offre touristique en montagne

1. *Le modèle du tout-ski remis en cause*

Depuis le début du 21^{ème} siècle, nous remarquons un désintérêt pour la pratique du ski alpin. Une clientèle plus jeune qui porte moins d'intérêt à ce sport, serait un des facteurs, mais aussi la volonté d'attirer de nouvelles clientèles. Cela est dû en premier avec la diversification des activités hivernales, avec surtout un taux de départ aux sports d'hiver nettement en baisse. « En France, le taux de départ aux sports d'hiver est ainsi inférieur à 8 % de la population » (Bourdeau, 2009).

On retrouve les jeunes générations qui tournent le dos à la pratique, notamment à cause de l'augmentation des prix des forfaits de ski. La clientèle des 18-25 ans a diminué de 30% en seulement 15 ans en station de montagne.¹²

Selon La Dépêche, « 38 % des 18/25 n'ont pas les moyens financiers de s'octroyer un week-end pour changer d'air ». L'autre moitié qui peut aller au ski durant un weekend, reste une population infidèle, 39% des 18/25 ans changent de stations de ski chaque année, car ils souhaitent se renouveler et ne pas toujours faire les mêmes pistes. Alors que pour la tranche de la population globale, ce n'est que 30% qui veulent changer de stations.

Mais la remise en cause du modèle du tout-ski ne concerne pas seulement les jeunes de 18/25ans. En effet, la baisse de l'intérêt du ski alpin est entraîné par « *la baisse des ambitions techniques des skieurs* » (Rimbaud et Nermord, 2020, p.16-23). Ainsi, les stations doivent répondre au besoin de divertissement, plutôt qu'au besoin sportif. Le ski reste aussi un sport élitiste, avec notamment une augmentation significative des prix des forfaits de ski.

¹² Franceinfo. Station : à la reconquête des jeunes. [en ligne]. Disponible sur https://www.francetvinfo.fr/meteo/neige/stations-de-ski-a-la-reconquete-des-jeunes_3853845.html. (Consulté le 03-04-2023)

Le modèle du tout-ski est donc remis en cause par la demande qui change, et doit faire face à de nouvelles activités qui ont plus le vent en poupe, tel que le snowboard, le télémark, ou encore les espaces ludiques (boardercross, bosses).

1.1 Le ski alpin, c'est bientôt fini ?

Le ski alpin est amené à se réinventer vis à vis de nouvelles clientèles et des nouvelles tendances. Le taux d'enneigement irrégulier, le changement climatique et les aléas sociologiques, économiques demandent à croire que de plus en plus de stations vont devoir repenser le modèle du tout-ski, pour se concentrer sur de nouvelles activités durant la saison hivernale, tout comme la saison estivale.

Le ski aujourd'hui n'est plus considéré comme un indicateur d'ascension sociale en Europe Occidentale comme dans les années 1960-1970.¹³ Ce fameux "rêve blanc" s'estompe de plus en plus.¹³ Le taux de départ aux sports d'hiver en France est inférieur à 8% de la population, avec seulement 2 à 3% des pratiquants qui "consomment" 70 à 80% des journées-skieurs (Berlioz, 2006).¹³ Nous avons pu voir que le type d'aménagement des stations de ski n'ont pas toutes la même capacité à répondre aujourd'hui aux mêmes demandes des consommateurs. La remise en cause du modèle du tout-ski est de plus en plus présente par certaines stations, notamment par le fait de pouvoir "remplacer" les stations de ski par les villages de montagne. Certains opérateurs concernés, qu'ils soient privés ou publics, semblent avoir renoncé à la "démocratisation" du tourisme de montagne annoncée dans les années 1970.¹³ Mais ce modèle est-il vraiment reconnu comme dépendant pour les stations de ski ? C'est ce que nous allons tenter de comprendre dans le prochain paragraphe.

¹³ Philippe Bourdeau, « De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ? », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* [En ligne], 97-3 | 2009, mis en ligne le 09 décembre 2009, consulté le 12 mars 2023. URL : <http://journals.openedition.org/rga/1049> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rga.1049>

1.2 Reconnaissance de la dépendance d'un modèle "tout-ski"

Depuis le début de leur création, les stations ont été conçues dans le but de pouvoir faire vivre un territoire, notamment au niveau économique. Or, lors de la crise du Covid, on a pu se rendre compte que sans l'ouverture des remontées mécaniques, c'est tout un territoire qui en subit les conséquences. L'inquiétude face au Covid qui a engendré la fermeture des stations a été révélateur de la dépendance d'un modèle "tout-ski". Notamment par le fait que les stations ont l'habitude de recevoir des clients étrangers, alors que l'on recense seulement 8% des français qui partent en vacances en station de montagne. Et selon Alexandre Maulin, président des Domaines skiabiles de France (DSF), la fréquentation pour les stations a baissé de 60 à 70%.¹⁴ Et l'on dénombre huit milliards de pertes sèches pour les territoires de montagne partout en France.¹¹ Le modèle de développement des sports d'hiver ainsi que leur lien avec leur territoire de montagne, repose encore sur l'idée de produire toujours plus et d'exploiter de manière intensive coûte que coûte le produit neige.¹⁵ Ce modèle n'échappe donc pas à la remise en question sociétale ni au changement climatique.¹⁵ Cette remise en question s'est effectué à partir des années 1970, où la recherche scientifique a eu un regard fluctuant quant aux bienfaits de l'or blanc...jusqu'à en être critique, notamment face à l'unanimité politique.¹⁵ Et c'est à partir du changement climatique que des certitudes sont apparues, pointant le défaut de durabilité du système touristique des sports d'hiver.¹⁵

Le début du questionnement sur les stations de moyenne montagne remonte aux années 1990-1993 (ANEM, 1994, p. 20-33). Notamment à cause de la première crise des sports d'hiver qui a conduit à des situations de déficit de trésorerie ne permettant plus de dégager une marge pour couvrir les coûts d'exploitation (Cour des comptes, 2015). On retrouve une vingtaine de stations des Pyrénées ayant une fragilité budgétaire qui les

¹⁴ Briffod Emilie. Coronavirus : huit milliards de pertes pour les territoires de montagne à cause de la crise sanitaire. France Bleu, 23-02-21. [en ligne]. Disponible sur <https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/coronavirus-8-milliards-de-pertes-pour-les-territoires-de-montagne-a-cause-de-la-crise-sanitaire-1614069259>. (Consulté le 07-03-2022).

¹⁵ Vincent Vlès, « Anticiper le changement climatique dans les stations de ski : la science, le déni, l'autorité », *Sud-Ouest européen*, 51 | 2021, 127-139.

empêche de procéder à des renouvellements d'infrastructures vieillissantes. De plus, c'est à cette même période, que les investissements initiaux en remontées mécaniques font partis des emprunts dont la plupart des stations de « moyenne montagne » non pas la possibilité de rembourser. Les années dites sans neige sont donc le révélateur alarmant de situations financières délicates pour un certain nombre de stations.¹⁵

En comparaison, on peut voir que ce n'est pas seulement certaines stations qui sont concernées par des fermetures, mais toute la chaîne des Pyrénées. On retrouve différentes stations tel que la Tuca, qui ont réalisé des investissements modernes très onéreux, sans avoir de la garantie neige pour supporter toutes ces dépenses. L'équilibre des stations de sports d'hiver dépend de la sensibilité de l'enneigement par rapport à ces situations récurrentes et d'autant plus qu'elles se trouvent dans l'incapacité à faire face à une production de loisirs et de culture plus diversifiés.¹⁵

Selon Vincent Vlès,

« Face à l'aléa d'enneigement et aux difficultés financières récurrentes, les chercheurs ont montré que la quasi-totalité des stations de « moyenne montagne » reste néanmoins rivée à la pérennisation coûte que coûte du produit neige de ski alpin comme moteur de l'offre, de nouveaux modèles ne leur permettant pas de faire face à la concurrence qui s'exacerbe ».

Les stations continuent donc de pérenniser le produit du tout-ski grâce à l'enneigement artificiel. Malgré le fait que ces stratégies ont une efficacité très incertaine pour les scientifiques et qu'elles ont recours à des techniques coûteuses qui ont des impacts négatifs sur l'environnement (prélèvements en eau, coût de l'énergie, modifications édaphiques et biotopes, etc.).

1.3 Le cas de la station de Métabief

Certaines stations ont déjà amorcé le système dit de transition, tel que la station de Métabief dans le Jura.

À Métabief, la transition s'organise notamment autour de la « *randonnée contemplative* ». Le domaine s'adapte petit à petit pour permettre aux promeneurs de découvrir l'espace naturel du Mont d'Or.¹⁶

Sur les 350 stations de ski françaises, on compte une seule station en 2022 qui a su anticiper la fin prochaine du ski et lancer en douceur sa transition.¹⁶

On dénombre 187 fermetures depuis 1951 sur 580 sites dans tous les massifs montagneux français, dont depuis les années 2000, des stations de plus en plus grandes.¹⁶

Métabief s'inscrit donc comme une pionnière vis à vis de toutes les stations en France et plus particulièrement dans le Haut-Doubs. C'est la seule commune en France à avoir acté sa fermeture prochaine en tant que station de ski alpin, tout en enclenchant un programme de transition.

Métabief est intéressante à étudier car elle fait partie des stations dites de moyenne montagne, situées entre 900 et 1400 mètres d'altitude.¹⁶ Métabief a commencé sa transition grâce à une étude prospective sur l'enneigement (Climsnow), dont les élus et les habitants ont dû être confrontés. Le principe est de pouvoir modéliser l'évolution de l'enneigement sur le territoire, piste par piste, en tenant compte du damage et de la neige artificielle. Ainsi, le diagnostic a été le suivant : à l'horizon 2040 - 2050, les saisons seront trop courtes pour être économiquement viables. La pérennisation de la station n'était donc plus possible. Un des paramètres à prendre en compte, est le fait que dans certains secteurs, en dessous de 1000 à 1500 mètres, les plages de froid permettant de produire de la neige de culture se réduisent petit à petit. Olivier Erard s'est aussi rendu compte de l'aberration économique, notamment à cause des installations que le SMMO avait prévu de construire qui n'allait pas servir un an sur deux. Réalisant surtout que les vingt ans d'utilisation nécessaires pour amortir cette dépense n'était pas possible.

Selon Olivier Erard, « *Au début, je cherchais du côté de la diversification des activités sur l'année : VTT, trail, tyrolienne. Mais tout ça, c'est "peanuts" dans un territoire de montagne, ce sont des activités déficitaires qui ne peuvent exister que grâce aux ressources générées par le ski alpin, même le ski de fond.* »

¹⁶ Métabief, Céüse, Serre Chevalier, quand les stations entament leur mue, Espaces Hors-série février 2022. Éliane Patriarca. p 67-68

Cela montre tout l'intérêt qu'a eu Métabief d'analyser et de mesurer une possible "mue" de la station, au lieu d'investir les yeux fermés sur de nouvelles activités qui ne rapportent pas assez sans le ski alpin. Un des axes à retenir, c'est le SMMO qui repense le tourisme non plus à l'échelle de la station de Métabief, mais en prenant l'ensemble du territoire de la communauté de communes des lacs et montagnes du Haut-Doubs.

Ainsi, on retrouve la transition de Métabief, autour de trois activités : la luge quatre saisons, le VTT de descente et, surtout, la randonnée dite "contemplative", avec un projet d'aménagement de la partie sommitale du domaine pour permettre aux promeneurs de découvrir l'espace naturel du Mont-d'Or. Le budget a été revu pour des installations déjà présentes, nécessitant d'avoir un remplacement. Tel que la luge d'été, qui devenait trop obsolète.

Cette station outdoor ne permettra d'acquérir qu'un tiers du chiffre d'affaires généré par le ski alpin, soit une baisse qui s'établit à 20% pour l'économie touristique du territoire.

Cet exemple peut être envisagé pour d'autres stations, notamment pour l'idée d'anticiper dès à présent une transition, bien que chaque territoire à son approche et sa propre voie d'adaptation.

2. Des stations de ski qui laissent place aux villages de montagne

Lorsque l'on reprend les premiers villages de montagne, ils aménagent leurs pistes de ski et s'équipent de remontées mécaniques, tout en favorisant la construction d'une offre conséquente d'hébergements (hôtels, pensions, chalets) au-delà des limites des bourgs. C'est ainsi qu'est née la station dite "skis aux pieds", où sont implantés lotissements, habitations collectives, chalets et équipements. En ayant une large maîtrise foncière et un réseau viaire. Or, ces parcs d'hébergement ont bien changé, aujourd'hui on parle de passoir thermique, de "boîte à chaussures"... qui intéresse de moins en moins de touristes à vouloir y séjourner.

Si on prend l'exemple de la station de Piau Engaly, on retrouve la quasi-totalité des logements touristiques qui sont considérés comme des "passoires thermiques" (étiquettes F et G tous logements inclus) et qui risquent d'être interdits à la location dans les années à venir, ce qui menace l'économie locale. En effet, on retrouve Piau Engaly dans le top 5 des stations de ski les plus énergivores, avec dans l'ordre, Isola 2000 à 90%, Piau Engaly à 86%, La Pierre Saint Martin à 79%, Puy -Saint-Vincent à 76% et Barèges à 74%. A contrario, c'est la Mongie dans les Hautes-Pyrénées qui tire son épingle du jeu, son parc immobilier compte 26% de passoires thermiques.¹⁷

En France, on compte 16,9% des logements qui sont considérés comme des passoires énergétiques, contre 50% des logements en moyenne pour les stations de ski étudiées, avec un diagnostic de performance énergétique F ou G.

Ax 3 Domaines se retrouve dans les 25 premières stations retenues pour un accompagnement spécifique. Cela nous fait comprendre de l'urgence à prendre en compte pour le parc d'hébergement, qui risque d'être démantelé au fur et à mesure si rien n'est fait d'ici 2025. À partir de cette date, tous les logements classés G seront concernés, puis à partir du 1er janvier 2028, les logements classés F seront sortis du parc locatif puis ceux classés E à partir du 1er janvier 2034.

On est donc bien loin des villages de montagne avec un parc d'hébergement éclectique. Si le parc d'hébergement ne peut plus suivre la capacité d'accueil, la station sera donc dans l'obligation de prendre des mesures pour continuer d'accueillir la clientèle. Notamment si c'est pour proposer des logements dit "boîte à chaussures", qui n'intéresse plus grand monde et notamment les familles. L'été à Ax-les-Thermes, on retrouve tout de même plus de 26 025 lits touristiques sur l'été 2022. (Réparti entre les hôtels, les résidences de tourisme, les agences immobilières, les clubs et villages vacances, les campings, les lits de particuliers à particuliers et les résidences secondaires). L'augmentation des nuitées touristiques sur le cœur de saison entre juillet et août est de +1,8% sur la même année. Ainsi, lorsque l'on additionne le poids de la fréquentation sur l'hiver plus sur l'été en 2022, on arrive à totaliser 2 113 343 nuitées, contre 1 635 082 nuitées en 2021. Cela nous amène à un pourcentage total de 57,4% du poids de la saison estivale 2022 selon G2A

¹⁷ Pyrénées. Cette station parmi les plus enneigées de France épinglée pour ses logements | Actu Occitanie. (2022, 3 décembre). *actu.fr*. https://actu.fr/societe/pyrenees-cette-station-parmi-les-plus-enneigees-de-france-epinglee-pour-ses-logements_55541403.html

consulting. Cela nous fait comprendre de l'importance du poids de l'hébergement sur la saison d'été sur le territoire de la Haute-Ariège.

2.1 Diverses catégories d'hébergements

On retrouve quatre générations différentes de stations de montagne :

Les stations de première génération apparaissent dans les années 1930. Elles ont été construites dans des villes et des villages déjà existants, qui ont servi de support à l'implantation du ski. Ces villages-stations dit de la première génération, sont implantés en fond de vallée ou sur un col, au centre d'un domaine skiable la plupart du temps morcelé, d'où partent les remontées mécaniques et où aboutissent les pistes.¹⁸ À cette époque, il n'y a aucune réflexion en termes d'urbanisme, et encore moins par rapport au développement de ces stations. Manque de stratégie de développement, les priorités sont l'équipement des pistes (téléphériques et télésièges) et l'équipement hôtelier.¹⁸ Après la Première Guerre mondiale, un nouveau type d'architecture fut inventé, le chalet du skieur. Cette demande émana le plus souvent d'une élite de clientèle fortunée et cultivée qui, après avoir été conquis pour le balnéaire, s'est prise de passion pour un autre territoire dépaysement et une autre forme de pratique sportive.¹⁸

- Les stations de deuxième génération voient le jour après la deuxième guerre mondiale. Nommé "stations ex-nihilo", c'est-à-dire construites en site vierge. Surnommées aussi "stations ski aux pieds" car les hébergements ont été conçus de manière à pouvoir accéder le près possible des pistes de ski. On retrouve l'idée de faire naître de nouvelles stations sur des terrains vierge de tout habitat pour trois raisons en particulier¹⁸ : aménager la montagne, en planifiant et contrôlant l'urbanisation, développer la pratique des sports d'hiver pour avoir une nouvelle économie, notamment pour des régions qui sont confrontées à l'exode rural et

¹⁸ Franck Delorme, « Du village-station à la station-village. Un siècle d'urbanisme en montagne », *In Situ* [En ligne], 24 | 2014, mis en ligne le 22 juillet 2014, consulté le 12 juin 2023. URL : <http://journals.openedition.org/insitu/11243> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/insitu.11243>

enfin pour ne plus laisser le développement des stations entre les seules mains de l'initiative privée.¹⁸

- Les stations de troisième génération, nommées les stations intégrées, ont vu le jour à partir des années 1960, grâce à l'action du plan neige. Le modèle a été repris par celui de Courchevel, dont le but était de construire au plus près des pistes de ski. C'est à partir de ce moment-là, que l'objectif a été d'optimiser les espaces en créant le plus d'hébergements possibles. Les stations de montagne deviennent donc de véritables villes d'altitude, dédiées à une seule pratique, celle du ski. Le reste de l'année, les stations restent souvent vides.
- Les stations de quatrième génération vont émettre une nouvelle rupture à partir de 1975, avec l'activité et la gestion des stations qui deviennent essentiellement fondées sur la vente de séjours et sur le fait de devoir être toujours plus exigeant pour avoir une rentabilité optimum. Le but étant de pouvoir créer une extension de la saison, pour créer une saison estivale qui n'existait pas encore réellement jusque-là.

Une atmosphère est en place pour séduire et fidéliser au maximum les clients, notamment par le biais des promoteurs qui mettent l'accent sur l'obligation de location. On arrive donc à un modèle de village de montagne complètement artificielle, car les stations de quatrième génération sont elles aussi édifiées en site vierge. C'est à partir de ce moment là où le site en lui-même perd de son importance car on se rend compte que la même architecture peut être reproduite d'une station à une autre.

2.2 Fréquentation Été/ Hiver

Aujourd'hui, on peut voir que la fréquentation a évolué, que ce soit pour l'été ou pour l'hiver. Par rapport aux stations de quatrième génération, le ski est resté une pratique à part entière et la rentabilité un enjeu de taille pour pouvoir

continuer de produire de la neige artificielle et gagner en journées d'ouvertures. On peut se dire d'ores et déjà que la fréquentation l'hiver est certes l'une des plus conséquente, mais la fréquentation sur le territoire l'été n'est pas à négliger. Si on prend la comparaison entre l'année 2021 et 2022, on observe une augmentation des nuitées touristiques avec une augmentation de + de 11% par rapport à la saison d'été 2021.

Concernant la fréquentation des sites de visites et des activités de loisirs nature, on retrouve les visites culturelles dans le top 5 des activités pratiquées par la clientèle de la Haute-Ariège. On retrouve également 1 touriste sur 2 qui pratique la randonnée pédestre durant son séjour en Pyrénées Ariégeoises (avec plus de 1300 km de sentiers balisés). Et 46% des clients séjournant sur le territoire déclarent pratiquer des activités de montagne (hors randonnée). C'est donc une fréquentation en hausse sur l'été, qui continue d'avoir le vent en poupe pour les activités de pleine nature en montagne. Dans cette hausse sur l'été, on retrouve aussi une augmentation du nombre de curistes à Ax-les-Thermes en 2022, avec 41% par rapport à l'année 2021. Avec un total de 5229 curistes dans les Pyrénées Ariégeoises, contre 3 805 en 2021).

Concernant la fréquentation en hiver, les chiffres concernant la saison 2022-2023 ne sont pas encore sortis. En revanche, concernant la saison 2021-2022, on retrouve 58 623 de nuitées de décembre à mars, contre 59 226 pour la saison 2019-2020. Cela montre que la fréquentation hôtelière durant l'hiver reste stable par rapport à la moyenne des 3 dernières années (2020-2017). On retrouve une légère hausse du taux d'occupation moyen (37% de décembre à mars, contre 35 % pour la saison 2019-2020). Au niveau de la fréquentation en règle générale, on constate une augmentation de +30% entre décembre 2021 et mars 2022 des nuitées touristiques (au total 2 202 000 nuitées). Dont 1 695 000 de nuitées effectuées par des touristes et 507 000 nuitées effectuées par des personnes n'habitant pas sur le département mais y séjournant comme les résidents secondaires avec de fréquents séjours, les étudiants ou travailleurs y venant pour la semaine).

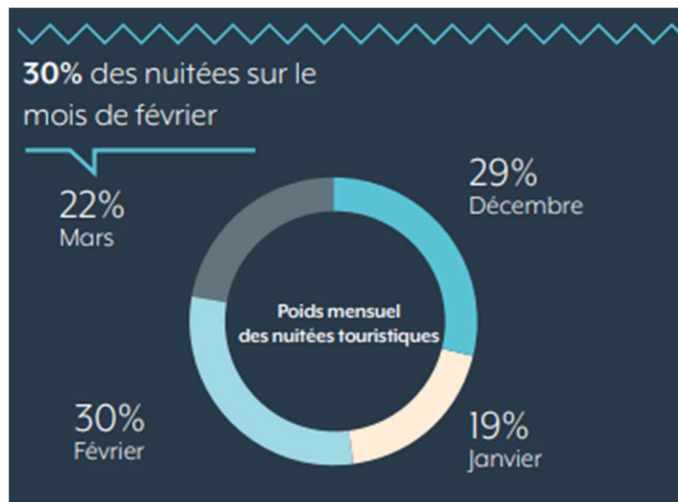


Figure 3 : Niveau de fréquentation, 2021-2022, ADT, 2022.

On retrouve le mois de février qui est le plus important en termes de poids mensuel des nuitées touristiques. Cela est dû en partie aux vacances scolaires qui tombent ce mois-ci, mais aussi par le fait que le taux d'ouverture du domaine est plus élevé grâce à un meilleur taux d'enneigement en règle générale.

On constate donc une hausse très importante de la fréquentation durant l'été par rapport à la fréquentation de l'hiver. Cela peut s'expliquer grâce à l'année 2020, qui a ensuite donné plus d'élan aux touristes de venir profiter du plein air et de la montagne en 2021. Au niveau des activités autour des domaines skiables, on retrouve les activités de bien-être en première ligne, avec 49 635 entrées dans les centres de bien-être sur la saison hiver 2021-2022. Avec une hausse des réservations de randonnées raquettes, notamment en ligne. Avec toujours une hausse durant les vacances de février. Les pratiques tendent donc à changer, ainsi que le type de clientèle, notamment depuis l'année 2020. Le tourisme estival est en plein émergence : comment les territoires de montagne ont-ils accueilli ces changements de pratiques ?

3. De nouvelles pratiques touristiques toute l'année

3.1 Émergence d'un tourisme estival

Le tourisme alpin subit continuellement des changements. Au XXe siècle, le tourisme a connu un certain renversement, avec la mer qui est devenue la destination estivale majeure alors que la montagne devenait la destination hivernale par excellence. C'est une inversion totale des polarités géographiques et saisonnières qui a fini par s'imposer par rapport au XVIIIe et XIXe siècles. Ce changement s'est opéré petit à petit avec le développement du ski, la massification des pratiques récréatives, l'évolution du rapport au corps...), qui a contribué à l'adaptation des territoires touristiques. Face au changement climatique en cours, un "retour aux sources" du tourisme serait potentiellement envisagé, avec des flux estivaux de orientés vers la montagne en tant que "zone climatisée" naturelle, et des flux hivernaux qui serait drainés par des littoraux qui offrent une grande diversité d'activités balnéaires, nautique et de bien-être.

Nous avons pu voir que depuis le Covid, les gens recherchent de plus en plus le côté fraîcheur, bien-être et le côté "relax". C'est ainsi que les stations ont dû s'adapter et fournir de nouveaux efforts pour être plus attractifs et proposer des activités qui séduisent tous les publics. Le président de l'ANMSM nous parle « d'efforts fournis » pour être « plus attractifs ». L'offre estivale de certaines stations a été étoffée, notamment à travers des sports de montagne ou de plein air comme le VTT, la randonnée, le trail, la via ferrata etc. Si l'on prend l'exemple des stations des vallées d'Ax, on constate que depuis la crise sanitaire, on peut voir un réel développement de l'offre estivale, tel que la station de Guzet qui a mis en place une "luge sur rail" ainsi que des karts qui permettent de dévaler 1,5km de descentes tout au long de l'été. Ce sont deux nouvelles activités qui ont vu le jour juste après l'année 2020. La luge sur rail est récemment adoptée par de nombreuses stations de ski dans les Pyrénées. C'est une activité qui a le vent en poupe pour la saison estivale et cela se ressent dans les retours clients. Si on regarde de plus près les chiffres clés du bilan de G2A consulting, entre 2018 et 2019 sur le canton d'Ax-les-Thermes, on se rends compte de l'augmentation du volume de nuitées. En 2018, on compte 21 800 de nuitées, contre 28 400 en 2019 sur les vacances de printemps. Le poids de cette période commerciale passe de 4% en 2018, à 6% en 2019. Ces chiffres montrent

que bien avant la crise sanitaire de 2020, la montagne commencé déjà à séduire de plus en plus de personnes. D'où la nécessité de continuer à étoffer cette saison en termes d'activité et de prendre en compte de nouvelles demandes et tendance qui tendent à émerger de plus en plus sur ces territoires.

3.2 La notion d'un tourisme 4 saisons

Le modèle d'un tourisme dit de quatre saisons, est de pouvoir faire venir *des* touristes à l'année sur le territoire. Une des précisions que l'on peut apporter est la suivante : « une station quatre saisons ne signifie pas uniquement du tourisme à l'année sur le territoire. » (Blanc et Desmurs, 2022, p.57). L'objectif premier d'un tourisme quatre saisons résulterait d'une diversification économique, qui ne serait plus uniquement dépendante du tourisme hivernal. Mais le secteur du tourisme ne permet pas de libérer la dépendance de ce modèle quatre saisons. Il permet de renforcer cette dépendance dans une temporalité annuelle. Les défenseurs de ce modèle de développement justifient cette dépendance par une démonopolisation des stations de montagne au profit d'un développement territorial à plus grande échelle.¹⁹ Au niveau environnemental, le tourisme quatre saisons aurait un impact à grande échelle. A contrario d'un tourisme hivernal qui impacte à l'échelle d'une station et d'un domaine skiable, le tourisme 4 saisons lui impacte à l'échelle régionale et à l'année.²⁰ Mais avant de se pencher directement sur le fait de développer un tourisme de 4 saisons, il faut que le territoire en question soit en capacité de répondre aux exigences de ce tourisme, en disposant des ressources nécessaires pour répondre à l'année à l'accueil de touristes. (Arnaud, 2021, p. 111-114).

¹⁹ Dossier Haute-Savoie Magazine. Le tourisme 4 saisons, nouveau défi des stations [en ligne]. Disponible sur <http://ucalac.usaz.fr/documents/Les%20stations%204%20saisons.pdf> (Consulté le 24/04/23).

²⁰ Vincent Vlès, conférence L'adaptation n'est plus une option !, donnée au Carrefour Climat 2020 organisé par le Parc Régional des Pyrénées Ariégeoises)

Chapitre 3 : Les modes de consommation touristiques en hiver

1. Les nouveaux modes de consommation sur un territoire fragile

Nous avons pu voir que la crise sanitaire a été révélatrice de l'engouement des français pour la montagne : « Élus et professionnels se sont toutefois adaptés afin d'accueillir les vacanciers en leur faisant découvrir la montagne différemment. »²¹

Les territoires de montagne regorgent de nombreux atouts qui correspondent parfaitement aux aspirations des Français : espace, grand air, nature préservée et activités de plein-air. Selon une enquête de l'ANMSM en partenariat avec Atout France, la fermeture des remontées mécaniques n'a pas freiné la venue des vacanciers durant l'hiver.²¹

Ainsi, on dénombre qu'au moment de leur réservation, 75% des vacanciers savaient que les remontées mécaniques allaient être fermées. Sur 86% qui ont déclaré être pratiquants de ski alpin de bon niveau, 46% ont maintenu leur séjour pour s'évader, prendre l'air au regard du contexte actuel (42%) et pratiquer des activités en extérieur (34%).²¹ C'est à ce moment-là que la question de suppléer le ski alpin par d'autres activités mises en place en station a été plébiscitée.

Ce sont donc de nouvelles tendances et consommation à prendre en considération notamment avec le taux d'enneigement irrégulier. Ce dernier pousse de plus en plus de stations à se remettre en question concernant la diversification de leurs activités. Bien que le ski reste encore le socle de l'activité touristique en hiver, la diversification est une réalité pour de nombreuses stations et une attente pour les vacanciers. Les chantiers incontournables pour préparer l'avenir sont de pouvoir initier les

²¹ Tourisme En Montagne : QUELLES TENDANCES D'ICI À 2030 ? Espaces n°362, 2021. ARMELLE SOLELHAC / PDG fondatrice de switch, agence de prospective et stratégie spécialisée dans le tourisme et les sports de plein air, à Annecy. / Auteure de Management et marketing des stations de montagne, presses universitaires du sport. p95

jeunes à la montagne pour recruter de nouvelles clientèles, observer les tendances de fréquentation et les comportements touristiques ainsi que de pouvoir adapter l'offre pour un tourisme durable. C'est dans ces nouveaux modes de consommation que l'on retrouve le défi de la diversification. Même si le ski reste encore le socle de l'activité touristique en hiver en montagne, une offre complémentaire a également été développée.²² La diversification est une attente des vacanciers : une personne sur cinq ne skie pas lors de son séjour hivernal à la montagne (Conso Montagne, ANMSM 2018). On retrouve la part de non skieurs absolus qui a progressé de quatre points, passant de 13% en 2012 à 17% en 2017. Au-delà de l'élargissement des activités du tout-ski, la diversification recouvre également le développement de l'offre sur les autres saisons tel que l'été en priorité, dans le but de pouvoir attirer des vacanciers qui découvriront ou redécouvriront le territoire grâce à de nouvelles pratiques.

1.1 Vers de nouveaux modes de consommation et de nouvelles habitudes de voyages

Il faut comprendre que le comportement du consommateur est un domaine d'étude très développé. On se rends compte que la prise de décision pour des produits touristiques est longue et complexe car elle nécessite de prendre de multiples décisions qui sont indispensables à comprendre ses étapes et ses différents contextes. On peut voir que le tourisme a évolué très rapidement vers le numérique, le e-tourisme est né petit à petit et a permis d'avoir une évolution des modes de consommation des voyageurs. On constate que l'e-tourisme est le deuxième secteur du e-commerce en France. C'est un marché en constante évolution. On compte près de 37,4 millions de consommateurs sur Internet en 2018. Et 12 millions d'internautes utilisent leur mobile (smartphone ou tablette) pour acheter en ligne.²³ C'est donc tout naturellement que les professionnels du tourisme se sont tournés plus facilement vers le digital, pour toucher une audience

²² STATIONS DE MONTAGNE : S'ADAPTER POUR GARDER LA COTE. Espaces n°362, 2021. JOËL RETAILLEAU, Directeur général de l'Association nationale des maires de stations de montagne (ANMSM), p95

²³Tourisme. (2019). E-tourisme : l'évolution des modes de consommation des voyageurs. *Pubosphere*. <https://pubosphere.fr/e-tourisme%E2%80%AF-l'evolution-des-modes-de-consommation-des-voyageurs/>

plus large et proposer aux consommateurs des services personnalisés selon les besoins de chaque individu. On compte 42% d'acheteurs en ligne de voyage/tourisme (hors billets de train). Contre 72% d'entre eux qui passent exclusivement par Internet. (Source : (FEVAD) *Fédération du e-commerce et de la vente à distance*). Le smartphone fait partie des appareils les plus utilisés par les consommateurs que ce soit les milléniales, la génération x ou encore les babyboomers. D'où l'importance d'avoir une offre adaptée en fonction de l'évolution de la demande.

1.2 Une évolution de l'offre et de la demande

La diversification de leurs offres pour de nombreux sites est importantes par rapport aux nouvelles attentes de la clientèle, qui ne sont plus seulement des attentes de sport, mais également de bien-être, de convivialité, de découverte du patrimoine et des paysages et ce grâce notamment à des espaces aménagés et sécurisés, des sentiers de randonnées à pied ou à cheval, des activités ludiques familiales, en hiver comme en été.²⁴

C'est une des orientations choisies par le Massif central, où les élus veulent généralement développer le tourisme dans les villages. En revanche, l'évolution des pratiques de ski nordique pose notamment le problème de l'aménagement de l'espace, car les nouveaux tracés doivent inclure plusieurs activités tel que, pistes de ski, promenades en raquettes, chemins pour piétons, espace de luge etc.²⁴

Concernant le profil de la clientèle touristique en Ariège-Pyrénées, on retrouve 30% des touristes qui ont plus de 60 ans, avec une moyenne d'âge de 48.9 ans contre 44 ans pour la moyenne nationale. Une des caractéristiques marquantes sur l'évolution de la durée de séjour est : les courts séjours (1 à 3 nuits) qui sont le plus élevés dans les Pyrénées Cathares et à Foix Ariège-Pyrénées. On retrouve notamment le printemps et l'automne qui sont les saisons qui génèrent le plus de courts séjours. Au niveau des différentes sources d'information pour préparer un séjour, on retrouve le web qui domine sur le territoire d'Ariège, avec 3 visiteurs sur 10 qui mentionnent les moteurs de recherche ainsi que les

²⁴ Rapport d'information n° 15 (2002-2003) de M. [Jean-Paul AMOUDRY](#), fait au nom de la mission commune sur la politique de la montagne, déposé le 9 octobre 2002

sites de la destination qui joue un rôle essentiel lors de la préparation de séjour. On retrouve notamment des motivations différentes qui varient selon les saisons : l'hiver est propice à se détendre, partager des moments en famille, avec des amis ou des proches, mais aussi à faire du ski, s'évader et changer d'air. Le printemps est là plutôt pour découvrir de nouveaux endroits, partager des moments en famille ou avec des amis, mais aussi s'évader et changer d'air. L'été, on retrouve en plus le fait de pouvoir se mettre au "vert" et profiter de la qualité de l'environnement, puis à l'automne, une dernière motivation se rajoute, c'est le fait de se cultiver.

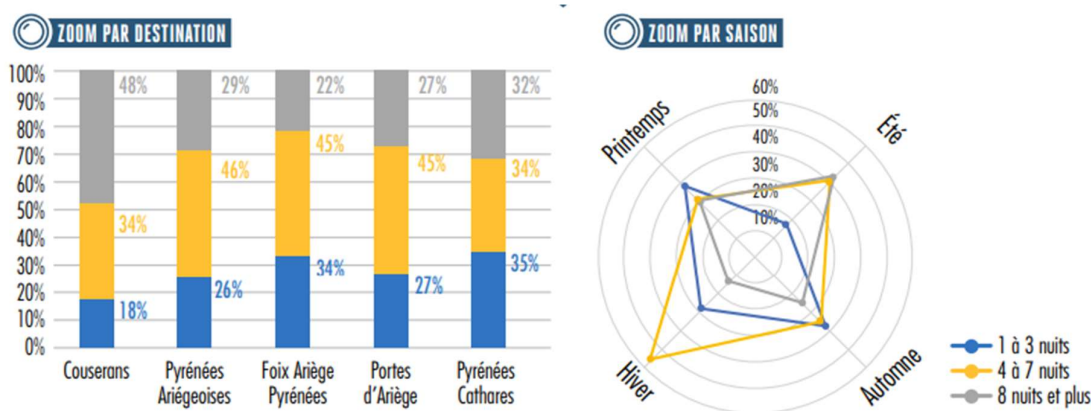


Figure 4 : Préparation et motivation des séjours, fiche profil clientèle de l'Ariège ADT.

On retrouve donc de multiples raisons et motivations qui poussent les touristes à venir tout au long de l'année. Sur l'Ariège, on retrouve deux motivations principales : des événements spécifiques d'ordre culturel, sportif ou familial, et sur les conseils de l'entourage. Selon l'ADT de l'Ariège, ce sont les conseils de l'entourage qui priment pour 38% des touristes. La réputation de la destination joue un rôle important pour 2 touristes sur 10, même si c'est moins visible sur la moyenne nationale. La proximité géographique est donc moins marquée que la norme en France. L'offre tend donc à se modifier au regard de la fréquentation qui a changé mais pas que. Il y a aussi la question du comportement et du profil des consommateurs qui joue un rôle essentiel dans la prise de décision du type de vacances.



Figure 5 : Préparation et motivation

des séjours, fiche profil clientèle de l'Ariège ADT.

2. L'environnement influence-t-il le comportement des consommateurs ?

Il faut d'abord comprendre comment fonctionne le comportement du consommateur. En effet, pour concevoir, communiquer ou encore vendre un produit, il faut que ce dernier corresponde aux attentes des consommateurs.²⁵ Tout d'abord, on peut se poser la question de savoir qu'est-ce qui pousse les consommateurs à partir en vacances ? Parmi certaines études, il apparaît que la prise de décision de partir en vacances est souvent déclenchée sans le vouloir, à travers des conversations, une émission à la télévision, une brochure reçue ou encore par le biais d'invitation de parents ou amis.²⁵

On découvre par la suite qu'il n'y a pas forcément d'évolution linéaire des plans de vacances. Les consommateurs ne sont pas toujours très impliqués par rapport aux produits touristiques qu'ils peuvent retrouver. Pas toujours intéressés, ils voient leur implication amoindrie dans la prise de décision qui est limitée par la routine ou l'intervention de contraintes.²⁵ Ce sont ces contraintes et ce manque d'implication qui sont responsables de beaucoup de changements et de retournements dans les plans de vacances.²⁴ On retrouve trois grands types de facteurs qui influencent les décisions et surtout la prise de décision de vacances, à savoir : les facteurs personnels, les facteurs interpersonnels et les facteurs environnementaux. S'ajoutent à cela, des variables psychologiques et comportementales où six types de vacanciers peuvent être décrits²⁵ : le

²⁵ Alain Decrop, "Le touriste consommateur : un caméléon...", *Mondes du Tourisme*, 3 | 2011, 4-13.

routinier, le rationnel, l'hédoniste, l'opportuniste, le contraint et l'adaptable. Ainsi le vacancier routinier n'est pas vraiment impliqué par son processus de décision car il reproduit chaque année les mêmes comportements de vacances. Cela peut venir de sa personnalité (passif et casanier) ou de son contexte (possède une seconde résidence en France) qui le conduit à une certaine habitude.

Le vacancier rationnel, comme son nom l'indique, ne va pas prendre de risque démesuré : Il n'est pas prêt à partir à n'importe quel prix et recherche des repères qui vont le rassurer.²⁵

Proche du rationnel, le vacancier hédoniste, lui, est fortement impliqué par ses voyages.²⁵ Il recherche une stimulation émotionnelle et prend beaucoup de plaisir à penser à ses vacances, à en rêver ou à en parler. La moindre occasion est propice pour recueillir des informations touristiques et il n'hésitera pas à pousser son entourage à partir.

A contrario de l'hédoniste, le vacancier opportuniste ne pense pas beaucoup à ses vacances.²⁵ Soit parce qu'il préfère saisir l'occasion quand elle se présente ou tout simplement parce qu'il est trop occupé professionnellement pour cela. Il va donc attendre qu'une opportunité se présente à lui (invitation d'un ami) ou financière (offre de dernière minute) avant de se décider. Il reste imprévisible et attentiste et minimise la préparation et la planification de ses vacances.

Le vacancier contraint, subit les décisions davantage qu'il ne les maîtrise.²⁵ Cela peut venir de problèmes de santé, d'un manque d'argent ou une raison interpersonnelle. (Par exemple, les enfants peuvent être contraints par leurs parents de partir à la montagne alors qu'ils auraient choisi la mer).

Le dernier est le vacancier adaptable, qui est l'opposé du vacancier contraint. Il aime voyager et multiplie les formules de voyage et les modes d'accompagnement, que ce soit en famille, entre amis ou en couple pour un weekend en amoureux.²⁵ Le vacancier adaptable a donc toujours plusieurs projets en tête, qu'il compte bien faire aboutir.²⁵ Mais bien évidemment, ces adaptations conduisent souvent à des choix peu prévisibles et tardifs.²⁵

Ainsi, nous pouvons dire que le vacancier postmoderne fait preuve de désirs et de préférences sans cesse renouvelés et plus complexes.²⁵ Cette complexité fait partie des changements des consommateurs sur leurs pratiques de voyages. Cette mouvance s'inscrit dans les mutations socio-économiques qui touchent le tourisme d'aujourd'hui et affectent celui de demain.²⁵ C'est dans ce sens que les professionnels du tourisme doivent s'inspirer de ces différents changements et proposer au vacancier des produits qui vont lui permettre de s'évader de la vie monotone de tous les jours.²⁵ Il s'agit ici d'accorder une attention soutenue à l'expérience et à la maturité croissantes des vacanciers actuels. Notamment lorsque l'on sait que le touriste postmoderne ne veut plus se contenter d'un rôle passif de consommateur, mais souhaite s'impliquer davantage dans la création de ses produits touristiques et devenir producteur ou "consom'acteur" de ses choix et de ses comportements.²⁵

2.1 Les aléas, une variable à prendre en compte

L'aléa, à ne pas confondre avec le risque, désigne soit les caractéristiques d'un phénomène potentiellement dommageable (qui correspond au processus naturel, technologique, social et/ ou qui est une source de danger), soit la probabilité d'occurrence et d'intensité dans une région, au cours d'une période ou d'un phénomène dangereux. L'aléa est considéré comme incertain, tel qu'une date incertaine d'un événement de réalisation, à tel point qu'il soit impossible de savoir avant sa manifestation quels en seront précisément ses impacts, notamment en termes d'emprise spatiale et d'effets sur les sociétés et les territoires. L'aléa peut donc être défini comme un événement possible qui constitue une menace en présence d'enjeux. L'aléa ne doit pas être confondu avec le risque, qui lui intègre également des notions de vulnérabilités, d'enjeux voire même de résilience pour certains. On distingue une multitude de types d'aléas, tels que les aléas météorologiques (cyclones, tornades, inondations, canicules), géologiques ou encore maritimes. Concernant les stations de ski, bien évidemment on retrouve l'aléa météorologique, avec un taux d'enneigement plus ou moins irrégulier selon les saisons.

2.2 Le cas de la station Saint Pierre de Chartreuse

La station Saint Pierre de Chartreuse, ou plutôt le SIVU des sites alpins Saint-Pierre-de-Chartreuse-Planolet, gère en régie la station éponyme située entre 900 et 1789m d'altitude. C'est un domaine qui est orienté plein sud et qui souffre d'un déficit croissant d'enneigement. Selon le rapport public annuel de 2018, l'insuffisance d'enneigement durant sept saisons a placé le SIVU en déséquilibre budgétaire. Son besoin de financement a été reporté sur les collectivités adhérentes, les plaçant à leur tour en difficulté, notamment Saint-Pierre-de-Chartreuse, qui a dû mettre en œuvre un plan de redressement assorti d'une forte hausse des impôts locaux. Elle est la conséquence directe du changement climatique par rapport au manque d'enneigement.

3. Les stations concurrentes d'Ax 3 Domaines

Les stations concurrentes d'Ax 3 Domaines ont été choisies en fonction de leur localisation et de leurs similitudes en termes d'offres notamment durant la saison d'hiver. La grande majorité ont aussi un nombre de pistes quasiment similaires les unes des autres. En revanche, elles ne sont pas toutes adaptées pour le même type de profil de clientèle. Certaines sont adaptées pour une clientèle familiale, tel que Guzet, Ascou ou encore les Monts d'Olmes. Mais leur différence notable reste leur taux d'enneigement qui diffère l'une de l'autre et amène des conséquences directes sur leur taux d'ouverture.

3.1 Le taux d'ouverture

La comparaison fut établie avec 9 stations concurrentes d'Ax 3 Domaines, à savoir, Saint Lary, Grand Tourmalet, Peyragudes, Les Angles, Font Romeu, Piau Engaly, Cauterets et Porté Puymorens.

Le taux d'ouverture peut être un bon indicateur pour comprendre l'enneigement irrégulier, le travail des pistes pour essayer de garder le plus de pistes ouvertes, notamment durant les mois les plus critiques en termes de manque de neige, tel que le mois de décembre. En effet, on constate que Saint Lary n'a eu que 19% de taux d'ouverture le 26 et le 27 décembre, pour 63 pistes. C'est le taux d'ouverture le plus bas, avec Ax 3 Domaines qui fut ouvert à 24% pour seulement 37 pistes au total. On voit une

évolution à partir du mois de février, avec un taux d'ouverture qui est revenu à 90% le 6 février pour Saint-Lary, contre 81% pour Ax 3 Domaines. Progressivement, ce taux à baissé, le 19 février, on est passé directement à 86% à Saint Lary, contre 73% pour Ax 3 Domaines. Jusqu'au mois de mars, qui a été le mois de fermeture pour ces 9 stations. À partir du 10 mars, le taux d'ouverture est passé à 22% pour Saint-Lary, contre 54% pour Ax 3 Domaines. Le plus haut taux d'ouverture entre les 9 stations a été pour la station de Cauterets, qui a su garder 74% de son domaine ouvert le 10 mars. C'est la station avec un taux d'ouverture le plus haut par rapport aux 9 autres stations des Pyrénées. Une des raisons d'une ouverture beaucoup plus tardive est la localisation beaucoup plus à l'ouest de la station comparé à Ax 3 Domaines, ou encore Font Romeu ou les Angles. Sans oublier l'altitude qui est beaucoup plus différente entre la station de Cauterets et Font Romeu par exemple. C'est la preuve de l'importance de vérifier ce type d'indicateurs qui paraissent logique, mais relate d'une différence qui ne nécessite pas d'être traité de la même façon. En effet, il ne suffit pas de faire seulement de nouveaux aménagements et d'avoir de nouveaux canons à neige pour pallier au manque d'enneigement imminent.

3.2 Des territoires différents pour des offres similaires

Que ce soit pour l'hiver ou pour l'été, les stations des Pyrénées tendent à réaliser des activités similaires qui ne sont parfois pas adaptées à certains territoires, où ne vont pas toucher le même type de cible. Tel que le VTT, qui sera pour certaines stations comme Les Angles, une activité tourner plus facilement pour des débutants, par rapport au dénivelé beaucoup moins important que celui que l'on peut retrouver à Ax 3 Domaines. Les habitués de la station d'Ax 3 Domaines considèrent une difficulté notable pour les débutants en VTT, créé par un dénivelé très important, qui nécessite d'avoir des connaissances et une technique déjà bien ficelée pour apprécier les pistes de VTT durant l'ouverture de la saison d'été.

3.3 Une considération de la saison estivale différente entre chaque station

Sur les réseaux sociaux, on retrouve une différence notable par rapport aux différents territoires de montagne. En effet, certaines stations sont déjà ouvertes entre la mi-mai et peuvent mettre en avant un environnement printanier prêt à accueillir des touristes.

Lorsque l'on fait un tour sur les différents sites, on se rend compte de la différence de considération pour la saison estivale sur les Pyrénées. Lorsque l'on fait le tour des sites pour les 9 stations des Pyrénées, on constate par exemple que l'accès à la page été de Porté Puymorens est très compliqué à trouver. Lors d'une recherche organique direct sur Google, on tombe sur la page d'accueil "Trio" (qui gère trois stations, Cambre d'Aze, Formiguères et Porté Puymorens). Lorsque l'on choisit l'une des trois stations, on tombe sur les informations de ski pour réserver un forfait de ski...en plein mois de mai. Lorsque l'on tombe sur la page de l'été, on ne retrouve que deux activités sur la page d'accueil à savoir : "Balnéo & bien-être" et un parcours aérien tyrovol, ainsi que le village qui est représenté. Cela montre un certain désintérêt de mettre en avant la station l'été, qui ne propose pas beaucoup d'activités sur la saison estivale. Concernant la charte graphique, en règle générale, on retrouve les mêmes couleurs sur les sites l'été et l'hiver. Il n'y a pas de changement notable, notamment au niveau des logos des stations.

Sur certaines pages d'accueil des stations, tel que Piau Engaly, on retrouve des blocs qui ne concernent que l'hiver, avec des infos de skiabilité (nombre de pistes ouvertes, remontées mécaniques etc). La plupart des stations sur les 9 mises en parallèles, ont un bouton été/hiver, qui est mis en place dans la barre du menu ou sur le côté (Peyragudes, Saint-Lary, Cauterets, Font Romeu, Piau Engaly). Mais pour la majorité, on tombe en premier sur la version hiver du site de la station en question, et il faut appuyer sur le bouton "été/hiver" pour voir toutes les activités et animations en question. Pour voir les activités d'été du Grand Tourmalet, il faut au minimum plus de quatre clics pour aller sur cette destination l'été, en partant du site n-py.com. Cela a de quoi décourager les utilisateurs qui sont à la recherche des activités à faire sur le territoire. Concernant Ax 3 Domaines, on retrouve une refonte complète du site en été, accessible grâce à un pop-up mis en place sur le site de l'hiver, qui nous dirige directement sur le site spécialement conçu pour l'été. En plus du pop-up mis en place sur le site, on retrouve dans le menu du

site hiver, l'onglet "La station en été". Le logo et la charte graphique sont changés spécialement pour l'occasion à chaque fois entre l'été et l'hiver. En revanche, le nom de domaine reste le même que celui de l'hiver, mais le mieux serait d'avoir un bouton dit de swipe comme les autres stations, pour éviter une perte de visibilité du site. On relève que le nombre de vues pour le site principal de la station de ski est à 724 (9,28%) contre 688 (8,82%) du 9 mai au 5 juin. Cette perte de visibilité n'est pas énorme, mais elle relève du souci d'avoir deux sites distincts pour l'été et pour l'hiver. L'effort s'est tout de même concentré sur une meilleure banque de photos beaucoup plus éclectique concernant l'été et les nouvelles activités proposées.

Cela montre un manque d'assiduité de la part des stations pour l'été, qui doit découler directement du manque de bénéfice lors de l'exploitation d'été. La plupart des stations tel que Ax 3 Domaines tournent à perte lors des deux mois d'ouverture de juillet et août. L'intérêt baisse forcément pour mettre en avant les activités proposées et considérer l'exploitation d'été au même niveau que l'exploitation d'hiver n'est pas possible sur la plupart des territoires et notamment pour les petites stations des Pyrénées.

CONCLUSION PARTIE I

Cette première partie a permis de comprendre les notions et concepts clés du sujet développé dans ce mémoire. Nous avons pu voir dans un premier temps le terme de transition et comment cette notion s'est insérée au fur et à mesure des années dans le tourisme. Un territoire de montagne possède de nombreux concepts qui lui sont associés et qu'il est nécessaire de caractériser. On retrouve des zones de montagnes, associées à des massifs, formant des zones à part entière. Par la suite, on a pu voir et caractériser cet espace comme rural, du fait de son nombre d'habitants qui le distingue des dominantes urbaines. C'est un espace fragile, soumis à des aléas climatiques où la loi montagne reconnaît d'ailleurs cette spécificité. Ces aléas sont également soumis au changement climatique. Mais ces derniers favorisent aussi des déséquilibres sociaux, environnementaux et économiques. Une des conséquences nettement visibles est le taux d'enneigement qui est à l'origine complètement irrégulier et dont les stations de basse altitude ont et auront de plus en plus de mal à pallier ce taux qui ne cesse de faiblir au fil des années.

Certaines crises à répétitions remettent en question le modèle du tout-ski. La pratique est aussi remise en cause par les nouvelles demandes de la clientèle, tel que le désintéressement de la pratique du ski. Ces nouvelles demandes et pratiques vont participer à la diversification des activités hivernales. De même que certaines stations ne sont plus capables aujourd'hui de supporter les investissements nécessaires à leur bon fonctionnement. Les perspectives d'avenir ne sont pas bonnes, malgré une considération de la saison estivale en hausse. Les mobilités, les hébergements, les activités, etc, sont tous concernés. Le système mis en place dans ces lieux tente de trouver des solutions pour réduire les impacts liés à l'activité touristique dans les stations.

C'est dans cette première partie que l'on a pu délimiter le cadre théorique et qui a pu servir de base au travail réalisé. Les hypothèses de travail ont donc pu être établies, avec un terrain d'étude précis. C'est dans la deuxième partie de ce mémoire que l'on va pouvoir exposer ces éléments.

**PARTIE 2 : CONTEXTUALISATION DE LA
RECHERCHE : LE CAS DE LA STATION D'AX 3
DOMAINES ET LE TERRITOIRE D'AX-LES-
THERMES**

INTRODUCTION DE LA PARTIE 2

La première partie de ce travail a été essentielle pour avoir un cadre général permettant de comprendre les idées clés développées.

Cette deuxième partie va nous permettre d'exposer et de détailler les hypothèses. Mais tout d'abord, il sera nécessaire de mettre en perspective les notions appréhendées plus tôt. C'est en partie ce que va faire la deuxième partie de ce mémoire. Pour rappel, la problématique proposée en début de ce travail est la suivante :

« Comment faire face à la saisonnalité et nouvelles demandes des consommateurs sur le territoire d'Ax-les-Thermes ? »

Le territoire d'Ax-les-Thermes ainsi que sa station de ski Ax 3 Domaines ont été choisis comme terrain d'étude et d'application pour ce travail. Cette deuxième partie va permettre de présenter le territoire, selon ces enjeux et problématiques à travers les missions réalisées pendant l'alternance.

Ax-les-Thermes bénéficie d'une localisation intéressante pour les touristes venus sur le territoire. Nous allons voir en partie justement le contexte géographique du territoire ainsi que les atouts et les freins de ce dernier. Notamment les impacts du changement climatique qui commence à peser fortement sur l'économie de la station de ski d'Ax 3 Domaines et qui contribue à accentuer la saisonnalité. Conscient des problématiques et de l'importance de sa station de ski, la commune d'Ax-les-Thermes cherche des solutions pour pallier aux diverses problématiques qui concernent notamment le parc d'hébergement avec la question des passoires thermiques. La station d'Ax 3 Domaines m'a donc donné comme principale commande : *« Trouver des solutions pour pallier la saisonnalité très marquée, pour que le tourisme hivernal soit reconsidéré et ne soit plus l'activité principale du territoire, et qu'une montagne à l'année reste possible »*. Ainsi, trois hypothèses sont proposées. Dans un premier temps, il semblerait que la station ne soit plus le système unique de l'activité touristique si on veut aller dans une

direction de transition. De plus, l'idée de la deuxième hypothèse conviendrait de mettre en place une organisation de l'activité touristique à l'année. Et enfin, une troisième hypothèse imagine que la transition durable des territoires de moyenne montagne nécessite la mise en place d'un mode de gouvernance adapté. L'objectif sera donc de comprendre les notions véhiculées pour chaque hypothèse.

Chapitre 1 : La station d'Ax 3 Domaines et son territoire (Ax-les-Thermes)

1. Présentation du territoire d'Ax-les-Thermes

Ce premier chapitre est destiné à présenter de manière générale le territoire d'Ax-les-Thermes, lié à la station de ski d'Ax 3 Domaines. Nous allons tenter de mettre en perspective les propos tenus dans les deux parties sur ce territoire précis.

1.1 Ax 3 Domaines

Ax 3 domaines en quelques chiffres, c'est 306 470 journées ski, dont 29 M€ de chiffres d'affaires, quand les remontées fonctionnent et 401 emplois créés ou soutenus par l'activité de la station (90% habitent en Ariège).

Pour la saison 2021-2022 (qui fut une saison de reprise de l'activité après une saison "blanche" en 2020-2021 en raison de la pandémie), elle se place au 6^e rang des stations des Pyrénées françaises, avec 376 125 journées de ski commercialisées.

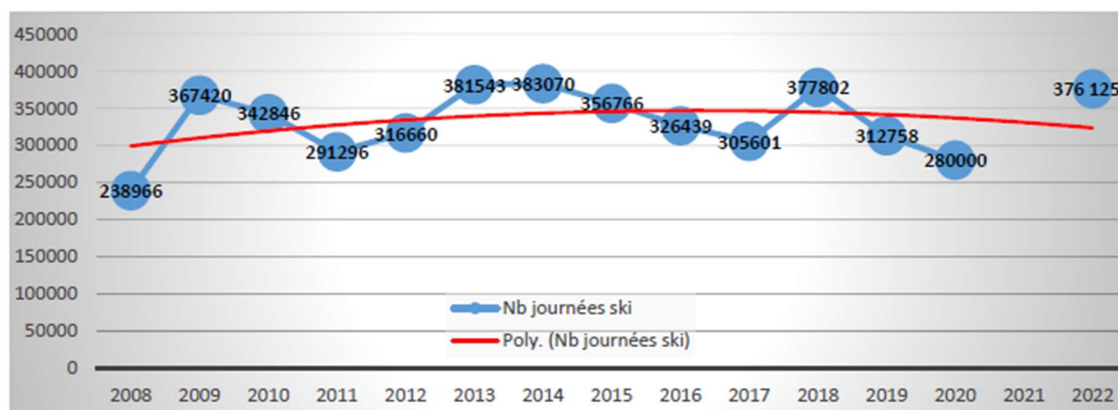


Figure 6 : Évolution du nombre de journées ski commercialisées entre 2008 et 2022

Créée en décembre 1955, elle fut anciennement appelée “Ax Bonascre”.

L’exploitation de la station a été déléguée à la SAVASEM (Ski Alpin Vallées d’Ax Société Économique Mixte), dans le cadre d’une concession de 20 ans courant jusqu’en 2035).

Situé à huit kilomètres d’Ax-les-Thermes, sur les hauteurs du village, le domaine est au cœur de la vallée d’Ax, dans la vallée de la Haute-Ariège. Il englobe 3 secteurs à des altitudes différentes : Bonascre (entre 1400 et 2000 mètres d’altitude), le Saquet (entre 1800 et 2300 mètres) et les Campels, qui culmine à 2400 mètres d’altitude. La station n’est qu’à 8km de la ville d’Ax et 12 minutes en télécabine. On retrouve 37 pistes pour 80 km de pistes environ. Il y en a pour tous les niveaux, autant de zones pour les débutants que des sentiers pour les plus avancés. En termes d’enneigement, la station assure un enneigement continu sur toutes les pistes principales de la station, grâce à un réseau de canons à neige. Malgré un taux d’enneigement assuré, la station prend des mesures et s’engage pour un développement durable. En effet, depuis 2020, des réunions ont eu lieu concernant des ajustements budgétaires, liés au développement économique et touristique, à l’urbanisme et au développement durable. En matière de développement durable, elle s’implique aussi à avoir une approche plus cohérente et plus efficace pour réussir le défi de réduction des déchets et du contrôle des coûts. On retrouve depuis

l'année 2022, la mise en place de compostage sur le plateau de Bonascre mais aussi des opérations de ramassage après la saison d'hiver sur le domaine.

Concernant les activités présentes sur l'hiver, le domaine dispose d'un Snow Park appelé Natural Forest Park, qui est composé de différents blocs (bosses et rails) adaptés à tous les niveaux. On dénombre plus de 10 blocs, kicks et obstacles (boardercross, big air, jibs et zone pour les débutants). Ce type d'équipements, de modules, permet de garder, d'attirer une cible jeune (18-25ans). Sachant que les jeunes sont une des cibles principales pour Ax 3 Domaines, avec comme expliqué précédemment, des offres mises en place, tel que l'offre étudiante. Cette offre étudiante fonctionne pour 3 forfaits étudiants, le 4ème étant offert. (Valable du lundi au vendredi hors vacances scolaires). On retrouve aussi l'offre Skirail qui permet aux jeunes venant majoritairement de Toulouse, de pouvoir accéder à la station avec un forfait de ski à la journée, un aller/ retour en train ainsi que de bénéficier de l'assurance offerte. C'est une offre qui attire de plus en plus de monde, en effet, sur la saison 2022-2023, on a comptabilisé près de 35000 personnes qui ont pu bénéficier de cette offre. Avec près de 1800 personnes tous les weekends depuis le début de l'ouverture de la saison.²⁶ C'est donc dans l'intérêt de chacun que nous essayons de pouvoir continuer de proposer ce type d'offre.

En termes d'activités et d'animations, pendant la saison d'hiver, on retrouve une plus grande diversité tel que du VTT sur neige, la construction d'igloo, du ski de randonnée, de la randonnée raquettes, du Snake Glisse et de l'alpinisme. À priori ce sont des activités dites "classique" pour une station de ski, mais qui permet de favoriser la venue de famille pour que tout le monde puisse en profiter. Surtout que l'on retrouve très souvent des non skieurs dans un groupe d'amis, ou une famille qui part en vacances à la montagne, il est donc primordial de pouvoir proposer plusieurs activités. Au niveau de l'espace nordique, il n'y a qu'une seule piste de disponible. En revanche, on peut retrouver les thermes de la ville, les bains du Couloubret, avec des journées ski inclus dans le même forfait. Cela permet de faire un lien entre les deux, notamment pour les vacanciers qui sont soucieux de leur santé, qui peuvent traiter leurs rhumatismes et leur

²⁶ Données issues de la SNCF pour la SAVASEM.

problème respiratoire ou bien seulement profiter d'un moment de bien-être après une journée de ski.

L'été, Ax 3 Domaines est composé d'une piscine, d'aires de jeux et d'animations lors de l'ouverture. En termes d'activité, on retrouve : du mini-golf, de l'escalade, du tir à l'arc, un terrain de tennis, de la pétanque, tout un parcours de géocaching, chasse aux trésors etc. Mais les nouveautés pour cet été sont les suivantes : le panoramique du Saquet, où l'on propose de se ressourcer à 2000m d'altitude et de pouvoir profiter des nouvelles tables de pique-nique. Il y a aussi le pass loisirs, qui comprend 6 activités à réaliser sur une même journée, pour un tarif plus avantageux. Il comprend, un accès piéton à la télécabine du Baou et du télésiège du lièvre blanc, un accès à l'espace débutant de VTT, une entrée à la piscine du plateau de Bonascre, une partie de mini-golf, soixante minutes de tennis et location de boules de pétanques. Une troisième offre est la "pause fraîcheur", qui permet de bénéficier d'une réduction sur le forfait piéton journée, sur présentation d'un billet de train. La station organise différents événements durant l'été, avec le retour cette année de la maxiavalanche, qui est une pure expression représentant le VTT Enduro. Les Maxiavalanche sont une série de compétitions Enduro Mass Start (départ en ligne) prenant place dans les plus belles stations européennes, sur des parcours spécialement sélectionnés, variant entre 1000 et 1500m de dénivelé.

Les touristes peuvent choisir différents types d'hébergements tels que des villages vacances, hôtels, campings, résidences secondaires etc, depuis le plateau et aux alentours d'Ax-les-Thermes. L'une des principales activités l'été, reste le VTT, qui génère le plus de chiffre d'affaires et de fréquentation. L'organisation de l'été est donc vue en fonction des remontées mécaniques et de leur fonctionnement. Les animations annexes, passent en second plan, car bien souvent, elles ne sont pas rentables. C'est ainsi que les pistes de ski l'hiver laissent place aux sentiers de VTT et le Snow Park au Bike Park. Les pistes de VTT se situent entre le domaine du Saquet et Bonascre. C'est une activité très importante pour les stations de ski françaises en règle générale, avec la randonnée, qui continue d'avoir un essor conséquent depuis l'après Covid. À Ax 3 Domaines, c'est donc bien le VTT et la randonnée qui prédominent comme activité l'été.

1.1.1 Le pôle communication

Le pôle communication a connu de multiples changements en termes de personnel et de gouvernance. Aujourd'hui, l'on retrouve au total 4 personnes en tant que permanents embauchés à l'année : le directeur commercial et communication, la responsable commerciale, le responsable marketing digital et la chargée de communication. À cela, se rajoute en externe une personne qui s'occupe de la régie publicitaire.

1.1.2 La SAVASEM

Le 1er décembre 2004, la SAVASEM (Ski Alpin Vallées d'Ax Société D'économie Mixte) prend le relais de la régie communale pour la station d'Ax 3 Domaines et de la régie des sports de la communauté de commune des vallées d'Ax pour la station d'Ascoupailheres. L'exploitation de la station Ax 3 Domaines a été déléguée à la SAVASEM dans le cadre d'une concession de 20 ans courant jusqu'en 2035.

Ax 3 Domaines fonctionne sur la base d'un affermage, c'est-à-dire que la collectivité (Ax-les-Thermes) continue de porter les gros investissements et que la S.A.V.A.S.E.M s'engage sous forme de loyer à rétribuer la collectivité sur la base au minimum de ses engagements en matière d'investissement. Ainsi, la Savasem compte 3 domaines skiables en gestion (Ax 3 Domaines, Mont d'Olmes et Guzet). Avec près de 500 000 journées ski par saison, 10 000 à 15 000 skieurs par jour et près de 10 000 000 € de chiffre d'affaires.

2. Le territoire d'Ax-les-Thermes

Ax-les-Thermes est un territoire rural qui possède une identité forte sur le thermalisme. Depuis le moyen-âge, la découverte de plus de soixante sources d'eau chaudes à été faite (dont les températures varient entre 18°C et 78°C). À la suite de cette découverte, la construction d'édifices spécifiques a été mis en œuvre pour de nouvelles pratiques. Six établissements thermaux ont coexisté dans la station depuis le milieu du

XVIIe.²⁷ L'utilisation des bassins et des fontaines remontent au début du XIVe siècle. C'est donc une station thermale, qui lui a d'ailleurs valu le nom de « ville qui fume », en référence de vapeur de soufre qui se dégage des sources chaudes. Cette eau soufrée est la plus chaude des Pyrénées et confère une notoriété nationale.²⁷ Elle fut d'abord exploitée pour les malades et les scientifiques. Puis des études médicales ont montré que les eaux naturelles sulfureuses ont des propriétés bénéfiques.²⁷ C'est ainsi qu'aujourd'hui le thermalisme à Ax-les-Thermes reste incontournable pour les touristes qui viennent sur le territoire.²⁷ On retrouve les villes d'Ussat-les-bains, Aulus-les-bains et Ax-les-Thermes qui font partie des 3 stations thermales.²⁷ Les touristes peuvent profiter des bains pour se remettre en forme, en plus d'avoir simplement l'objectif de se détendre.²⁷ C'est le thermalisme qui a permis de faire partie de cet engouement grandissant du tourisme de bien-être.²⁷

2.1 Contexte géographique du territoire

La commune d'Ax-les-Thermes d'une superficie de 30,3km² est localisée au coeur des Pyrénées, au sud-est de l'Ariège (09), en région Occitanie, le long de la RN20 et de la ligne ferroviaire Toulouse/la tour de Carol, en aval de la Principauté d'Andorre.²⁸

²⁷ Anaïs Comet, «Les établissements thermaux d'Ax-les-Thermes (Ariège)», Patrimoines du Sud [En ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/pds/743?lang=oc#quotation> (Consulté le 27/04/22)

²⁸ Convention Cadre Petites Villes de Demain et ses annexes valant Opération de Revitalisation de territoire (O.R.T), Ax-les-Thermes, Communauté de Communes de la Haute-Ariège, juillet 2023.

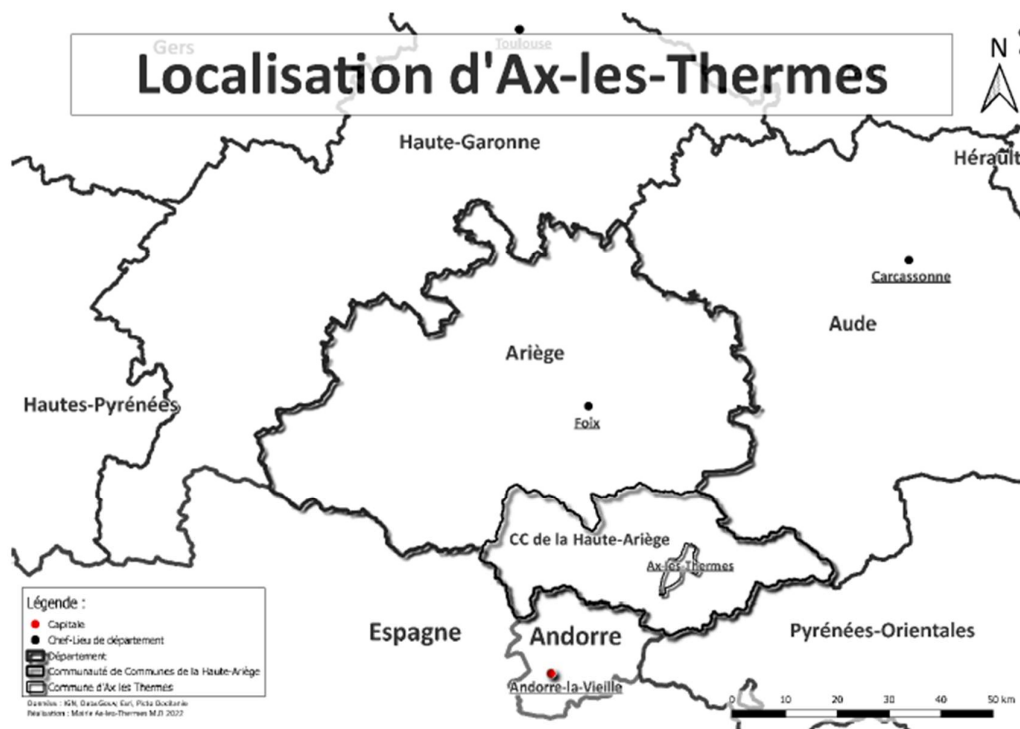


Figure 7 : Localisation d'Ax-les-Thermes

2.1.1 Portrait d'une commune de montagne

Cette ville de montagne se compose de 1315 habitants²⁸, où elle s'établit stratégiquement à la confluence de trois vallées (la Lauze, l'oriège, et l'Ariège), elle se déploie entre le fond de vallée à 697m, la station d'Ax 3 Domaines et son plateau de Bonascre à 1400m et le sommet culminant à 2415m d'altitude. Le cœur de l'économie montagnarde d'Ax-les-Thermes à l'époque était le commerce et l'artisanat autour de la laine. C'est l'arrivée du chemin de fer en 1888 qui a conforté l'économie locale. Comme beaucoup de vallées pyrénéennes, le tissu économique de la haute vallée s'est énormément transformé dès la fin du XX^e siècle. L'activité thermale a suivi l'essor de la pratique des sports d'hiver, avec la construction de la station de ski d'Ax 3 Domaines sur le plateau de Bonascre, qui ont contribué à faire évoluer le bâti. Cela a permis d'inscrire la commune dans une politique d'accueil à destination de la population touristique. Le développement

des produits touristiques autour du ski et les activités de pleine nature, ont permis de faire de la commune d'Ax, la principale station touristique de la Haute-Ariège. Bien que le cadre soit idéal et propice aux sports d'hiver et autres loisirs de montagne, la ressource hydrique est au centre des activités du territoire. Cet or bleu, qui profite au thermalisme avec les nombreuses sources chaudes, qui parsèment le centre-bourg. L'eau des cours d'eau quant à elle est également depuis longtemps exploitée. Depuis le Moyen-Âge, cette eau alimentait les moulins à eau, au XX^e siècle, elle devient la houille blanche, en étant stockée dans les barrages d'altitude, puis canalisée, pour permettre la production d'énergie électrique renouvelable à la centrale hydroélectrique du Teich.

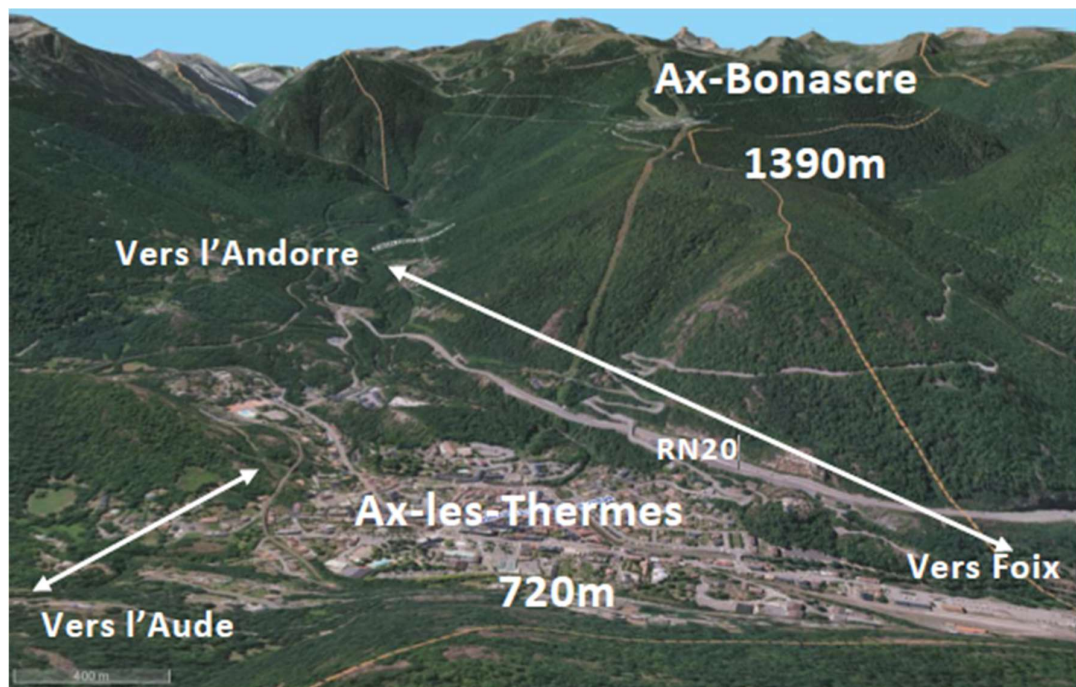


Figure 8 : Étagement et paysage d'Ax-les-Thermes

2.1.2 La Communauté de Commune de la Haute-Ariège (CCHA)

Le siège de la CCHA est localisé à Luzenac en aval d'Ax-les-Thermes. Cette dernière est membre de la Communauté de Communes de la Haute-Ariège issue de la fusion en 2017 des communautés d'Auzat-Vicdessos, du Donezan et des Vallées d'Ax. L'EPCI comporte 52 communes regroupant 7088 habitants.²⁸

Les habitants résident essentiellement dans les fonds de vallées où se sont développées les principales communes et infrastructures.

Territoire de la CCHA

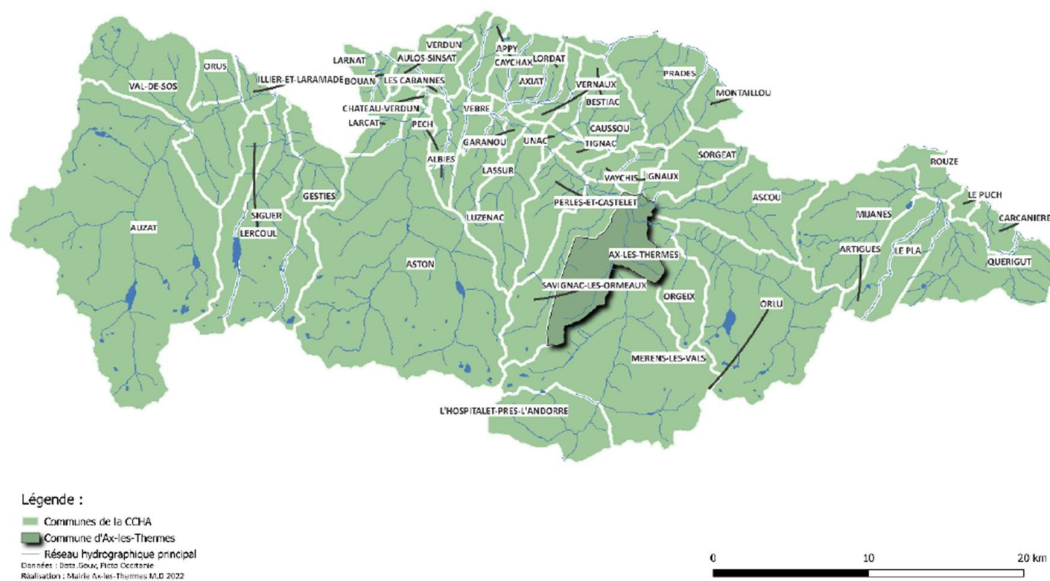


Figure 9 : Commune de la CCHA - Source : Mairie d'Ax-les-Thermes

2.2 Une faible artificialisation mais un foncier contraint

Ax-les-Thermes possède un ensemble paysager typique des communes de montagne pyrénéennes entre vallées et hauts sommets. C'est pour cette raison que le territoire est relativement peu artificialisé. La part artificialisée s'élève à seulement 4,3% (contre 6,7% en moyenne pour l'Occitanie).²⁸ Les zones agricoles sont peu étendues par rapport à la topographie accidentée de la commune et d'un fond de vallée très étroit, bien que fertile et plat. Elles comptent seulement pour 2.6% du territoire communal.²⁸ Ax-les-Thermes est donc recouverte à 93,1% par les forêts et milieux semi-naturels²⁸, tel que le montre la carte ci-dessous :

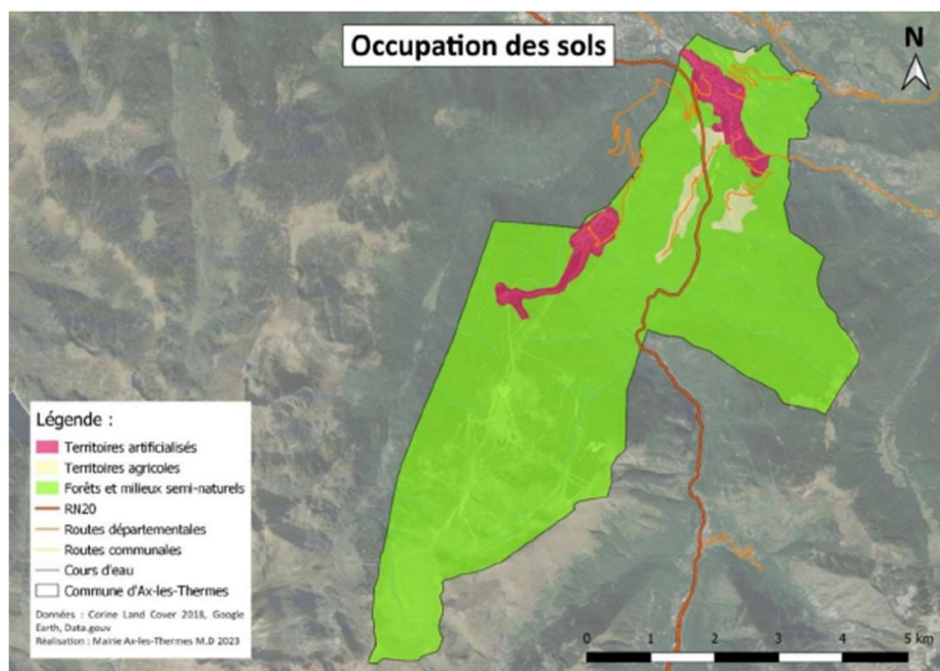


Figure 10 : Occupation des sols Corine Land Cover 2018

2.2.1 Un territoire de montagne soumis aux risques

Comme on a pu le voir précédemment, les territoires de montagne sont soumis à des aléas et des risques naturels qui ne sont pas toujours prévisibles. En revanche, la commune possède un plan de prévention des risques naturels et technologiques de par son relief marqué et sa jonction entre plusieurs vallées. Le dossier départemental des risques majeurs de l'Ariège recense ainsi, les risques naturels suivants :

Des crues torrentielles ; des ruissellements de versant ; des glissements de terrain ; des chutes de blocs ; des séismes ; feu de forêt ; des retraits de gonflement des argiles et d'événements climatiques intenses ;²⁸

On retrouve également divers risques technologiques/ anthropiques tels que : Transport de matières dangereuses ; rupture de barrage et irradiation nucléaire.

Le fond de vallée est le premier concerné par ces différents risques, notamment les pieds de versants où se déploient l'ensemble des bâtiments. Ainsi, le Plan de Prévention des Risques contraint fortement l'extension de l'enveloppe urbaine, de par la

vulnérabilité de nombreuses zones. Les constructions et/ ou rénovations sont encadrées selon leur zonage, par cette réglementation visant à limiter la vulnérabilité des personnes et des biens.

Figure 11 : Analyse SWOT du territoire d’Ax-les-Thermes

| ATOUTS | FAIBLESSES |
|--|--|
| Une commune bien localisée entre les vallées, avec un axe principal Toulouse-Foix-Andorre) | Des axes routiers aux ralentis en période d’affluence |
| La RN20 qui permet d’être bien desservi et qui permet d’être positionné avant Andorre | Distance entre les principaux centres urbains tels que les principaux commerces, services, monuments culturels, etc...). |
| La gare SNCF + le téléporté du Baou qui permet de faire la liaison du village et de la station | L’ouverture de la télécabine qui est fermé au mois de mai/ juin ainsi qu’entre les mois de septembre et novembre |
| Des atouts touristiques très marqués (station de sports d’hiver, thermalisme, cadre incontournable des montagnes.) | L’activité économique de la commune très dépendante du tourisme |
| Étagelement caractéristique du milieu montagnard | Risques et aléas du relief accidenté |
| Village pittoresque de montagne (typique) | |
| Faible artificialisation des sols | |
| OPPORTUNITÉS | MENACES |
| Mettre à profit la desserte (mobilité douce, transport peu polluant) | Trafic routier induisant des perturbations sur le cadre de vie et de l’environnement |
| Le contournement de la RN20 permet d’améliorer le cadre de vie en repensant l’espace public en centre-bourg | Réduction du potentiel urbanisable |
| Capter plus de flux grâce à la localisation | Transport routier polluant |

2.2.2 Un profil socio-économique de la commune en dent de scie

Entre 1968 et 2016, on constate un lent déclin de la population, l'érosion démographique atteint les -24% sur la période, passant de 1688 à 1223 habitants.²⁸ Depuis 2017, une tendance récente semble contrebalancer ces chiffres où la population communale a augmenté de 7,5% entre 2016 et 2022, soit l'équivalent d'une hausse annuelle de 1,2%.²⁸

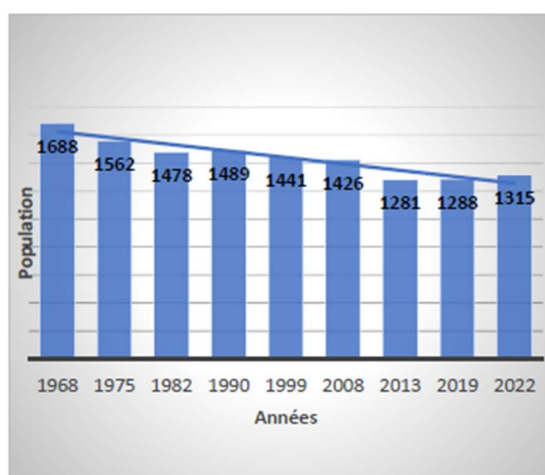


Figure 12 : Évolution de la population communale (1968-2022) INSEE

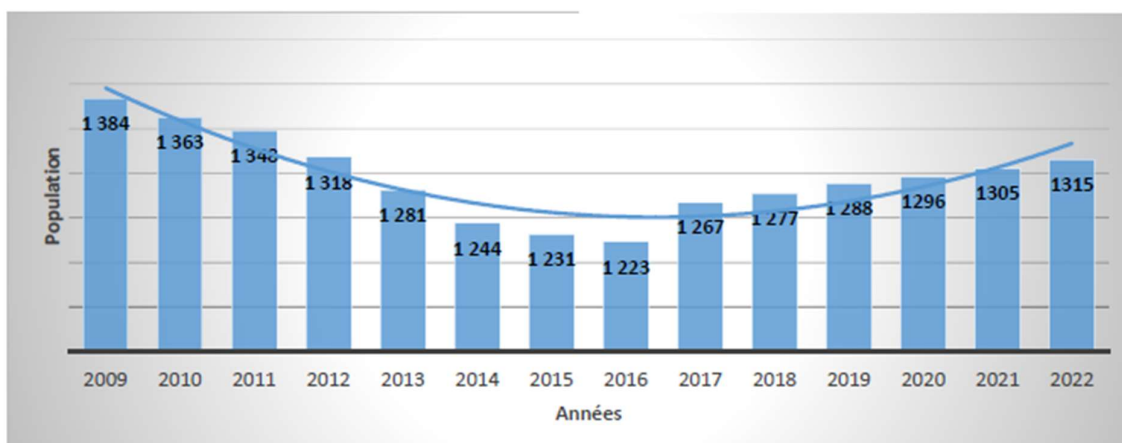


Figure 13 : Évolution de la population communale (2009-2022) INSEE

Si on prend en compte les résidences secondaires qui représentent 78% des logements sur la commune, on perçoit une augmentation de 2% de la population dite “DGF” (population totale + résidences secondaires (un habitant par résidence secondaire) + places de caravanes sous certaines conditions (un habitant par place de caravanes)²⁸, de 4016 à 4116 entre 2019 et 2022. Cette tendance de fond se poursuit avec l’augmentation du nombre de résidences secondaires sur la commune.

Par rapport à la population, elle tend à vieillir, avec les classes de populations les plus âgées qui se développent, au détriment des plus jeunes qui se contractent (entre la période 2008-2013). La tranche des 60-74 ans est dopée par les “babyboomers”.²⁸ En somme, le vieillissement général de la population pose la question de l’autonomie et du maintien à domicile des aînés, dont les effectifs ne cessent de croître.²⁸

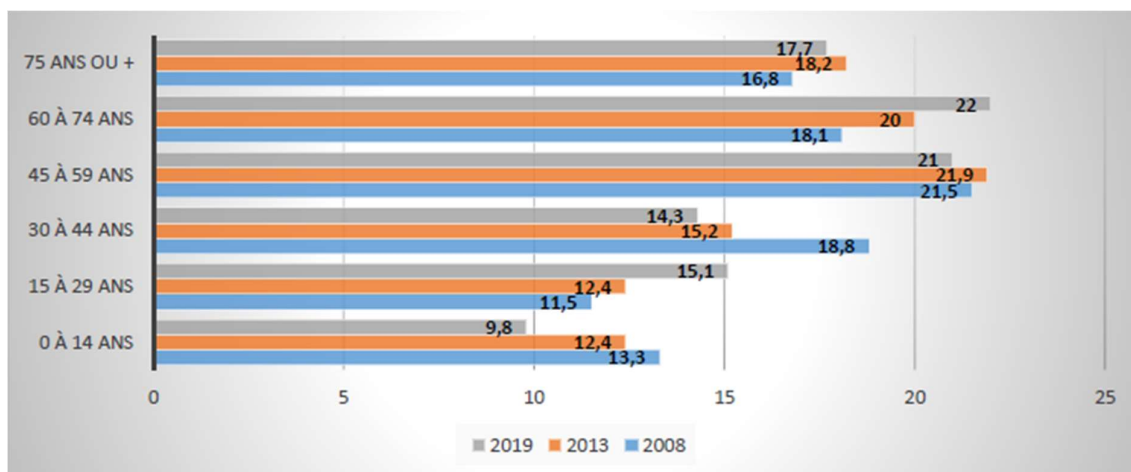


Figure 14 : Répartition des classes d’âges de la population axéenne (2008-2019) INSEE

Cette sous-représentation des jeunes se matérialise par la baisse globale des effectifs scolaires sur la commune. En témoigne la fermeture programmée d'une classe de primaire pour la rentrée 2023, ainsi que le spectre d'une fermeture d'une classe au collège à la rentrée 2024 qui se précise. Cette tendance à la baisse se retrouve sur la majorité des communes de la Haute-Ariège. Ax-les-Thermes est donc à l'image du département de l'Ariège qui est un des départements les plus vieillissants d'Occitanie. Les moins de 20 ans sont sous-représentés, ce qui place le département au 9^{ème} rang régional.²⁸ Et la part des plus de 65 ans le classe au 5^{ème} rang régional.²⁸ À voir si le solde migratoire qui est en hausse ces dernières années permettra d'inverser cette tendance présentée ci-dessous.

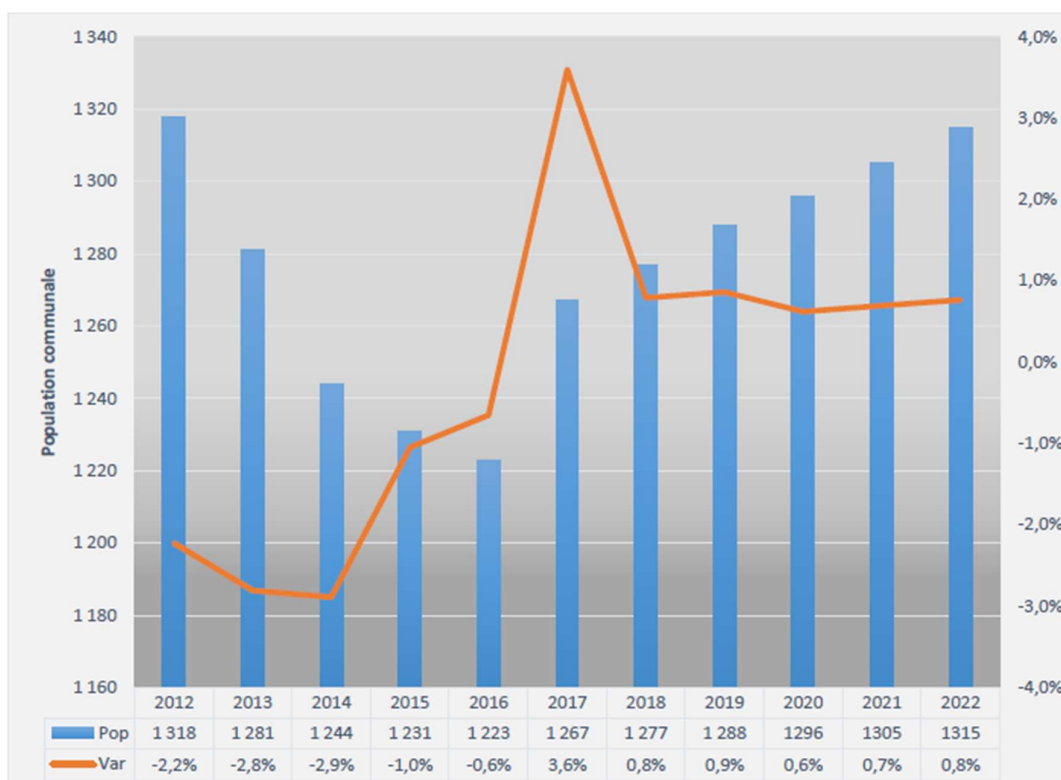


Figure 15 : Variation interannuelle moyenne de la population axéenne (2012-2019) INSEE

La taille des ménages est donc en baisse avec des difficultés de logement conséquentes. On retrouve près de 3 habitants par foyers principaux en 1968, contre moins de 2 personnes (1.77 en 2019) par résidence principale, contre 2.19 personnes en moyenne au niveau national.²⁸ Cette tendance se met en relation avec l'augmentation du nombre de personnes vivant seules sur la commune (voir figure ci-après).

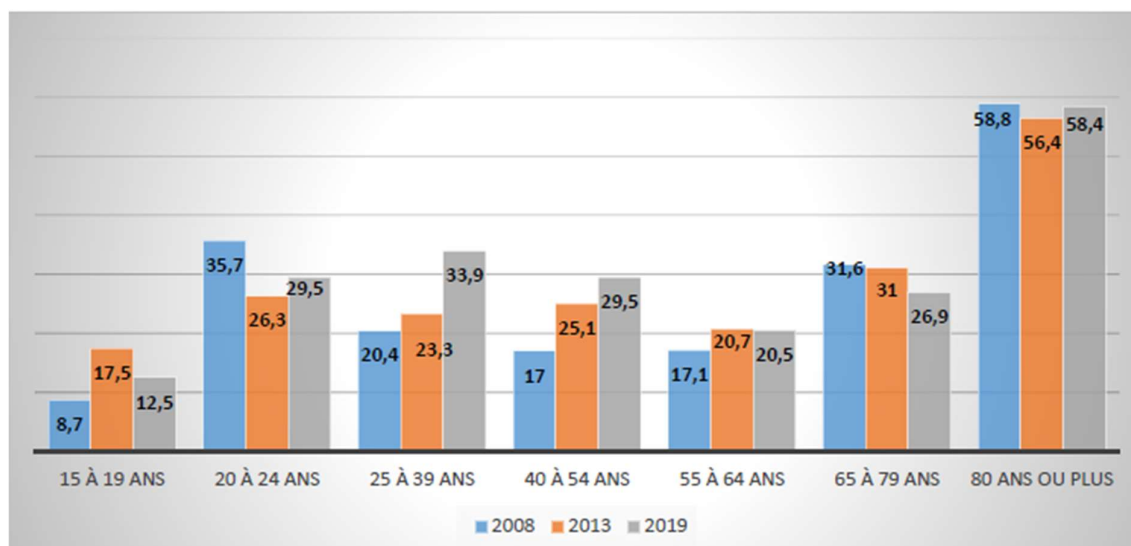


Figure 16 : Personnes vivant seules par tranche d'âge (2008-2019) INSEE

Pour comprendre les tendances, il est important d'analyser l'évolution du parc de logements sur la commune. Ainsi, on remarque une construction régulière de résidences secondaires et occasionnelles alors que le parc de résidences principales n'a pas suivi cette tendance et s'est même contracté.²⁸

Il est important de comprendre la structuration du bassin de vie structuré par le relief pyrénéen : la haute vallée de l'Ariège est polarisée par Ax-les-Thermes, qui répond pour partie à nombre de fonctions de la vie quotidienne, tel que le montre la cartographie des bassins de vie ci-après.

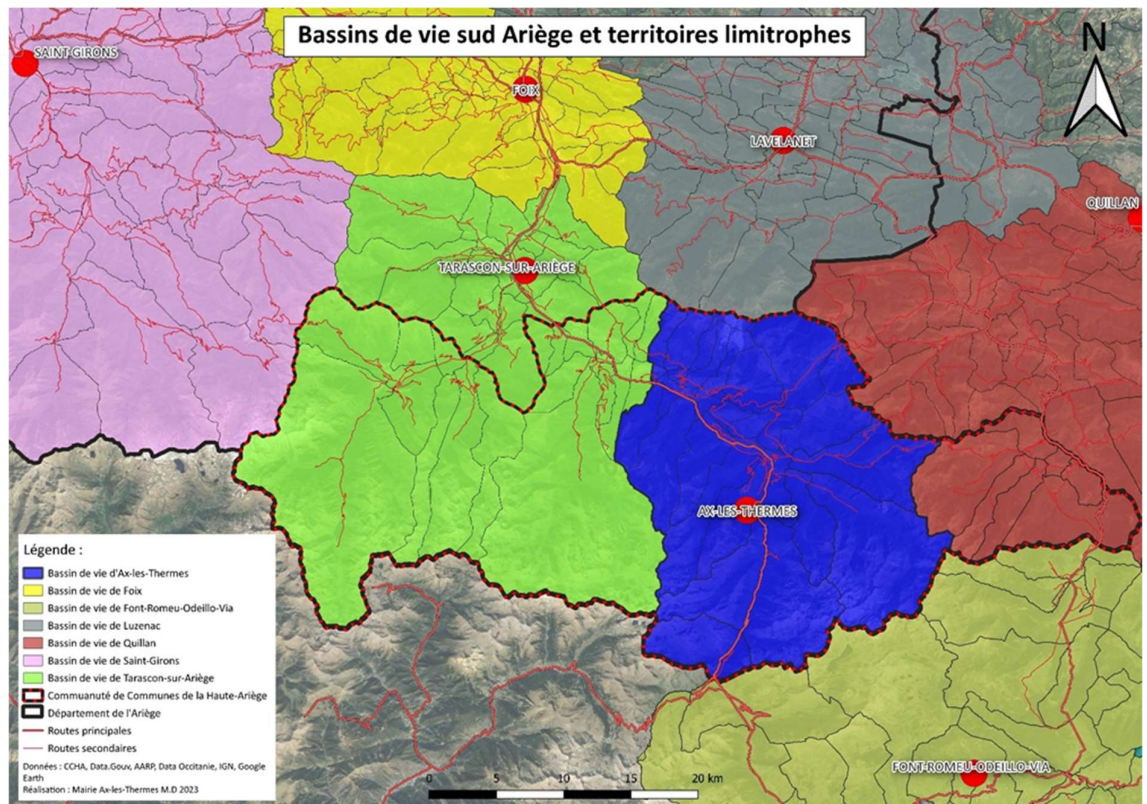


Figure 17 : Bassins de vie sud Ariège et territoires limitrophes

On perçoit sans peine une organisation spatiale par bassins de vie structurés par la topographie et s’organisant dans une logique valléenne amont/aval autour d’une centralité connectée par un axe routier de premier ordre. Le bassin de vie axéen est relié aux territoires limitrophes par la RN20, la D25 et la D613.

2.3 Problématique d’Ax 3 Domaines face au changement climatique

Selon l’étude de Climsnow sur le domaine d’Ax, on retrouve plusieurs problématiques tel que le taux de retour des mauvaises saisons (c’est le risque de voir une mauvaise saison arriver) : Ils considèrent le taux autour des 20%, soit 1 saison toutes les 5 saisons. Malgré une forte variabilité annuelle, le seuil moyen des 50%, soit 1 saison sur 2, devrait arriver autour de 2030-2035.

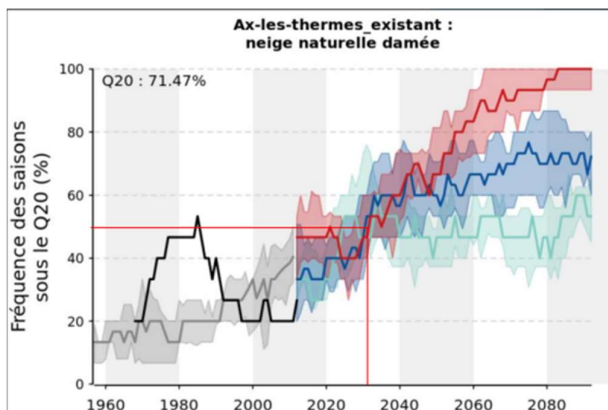


Figure 18 : Taux de retour des mauvaises saisons, ClimSnow.

Au niveau des pistes de ski, on a pu analyser par rapport à l’étude Climsnow, qu’une perte de 33% de pistes sur le secteur des Campels est à prévoir d’ici 2035. Avec notamment une piste verte, la griole ainsi que la 3 Jasses, qui descendent jusqu’à Bonascre (1400m d’altitude), et qui vont être amenées à disparaître d’ici moins de cinq ans. Le risque est aussi de perdre le retour station, avec la piste Bonascre qui est la principale piste qui finit par relier toutes les autres pistes du domaine. Sans elle, la perte d’une partie du domaine serait conséquente et problématique pour le maintien de la station en tant que tel.

2.3.1 Le parc d’hébergements (L’offre d’hébergement)

On retrouve au total 13 000 lits touristiques entre Bonascre et Ax-les-Thermes. 5000 lits touristiques sur Bonascre et 8000 lits à Ax-les-Thermes.²⁸ Le prix du m² est trois fois plus cher à Ax-les-Thermes (3000 euros du mètre carré), comparé à la moyenne en Ariège qui est de 1385€ (prix moyen). À l’échelle de l’Ariège, cela représente une

augmentation moyenne de 12,7% des prix de l'immobilier sur les deux dernières années. À la fin de l'année 2022, les prix moyens pour les appartements et les maisons s'établissent respectivement à 2283€ et 2376€ du m².²⁸

Si on regarde à l'échelle de l'Ariège, Ax-les-Thermes fait parti des communes les plus chères du département, en témoigne la carte ci-dessous :

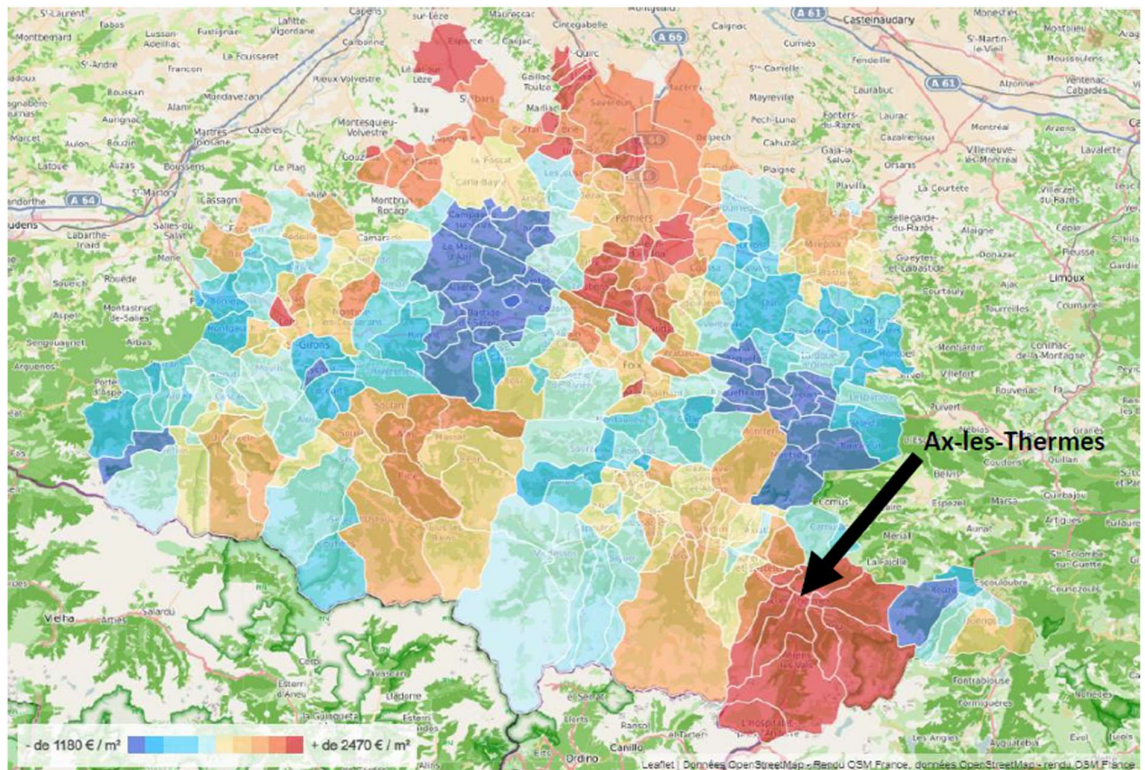


Figure 19 : Prix moyen du m² en Ariège PAP 2023

La commune est tout de même en capacité de répondre par l'OPH 09 (Office Public de l'Habitat), aux demandes de logements de type HLM.

Michel Dupont, chef de projet des petites villes de demain à Ax-les-Thermes, évoque cette commune dans une zone dite « tendue ». C'est la seule commune de l'Ariège qui est dans ce cas depuis 2014. On parle de zone tendue lorsque le marché immobilier est tendu, aboutissant à des prix et des loyers trop élevés.²⁹ La part des lits froids est donc exorbitante, avec près de 78% de logements secondaires toujours sur Ax-les-Thermes. Cette part de logements secondaires est représentée par certains hôtels qui

²⁹ Entretien qualitatif avec Monsieur Michel Dupont

se transforment en Airbnb. Le fait qu'il y est plus de logements secondaires que de résidences principales, démontre la problématique pour les locaux d'acheter car les prix sont trop cher. En revanche, ce parc immobilier est totalement accessible pour les investisseurs. Et cela même s'il n'y a plus de terrains constructibles et que la réserve foncière est quasi nulle sur la commune et le territoire. Si les logements sur Ax-les-Thermes regorgent d'appartements mis sur Airbnb, c'est parce que c'est une des solutions les plus faciles à louer par rapport à la commune de Bonascre qui est toujours le plus en baisse en termes de location. Sachant qu'il y a une grosse problématique pour louer sur la commune de Bonascre car il n'y a pas de conciergerie disponible. C'est une des principales raisons pour lesquelles la location est en déclin que ce soit l'hiver ou l'été. Ces indicateurs nous montrent la tension sur le parc de logements pour les résidences principales et le besoin d'une intervention de la puissance publique pour endiguer ce phénomène délétère pour le territoire et ses habitants.

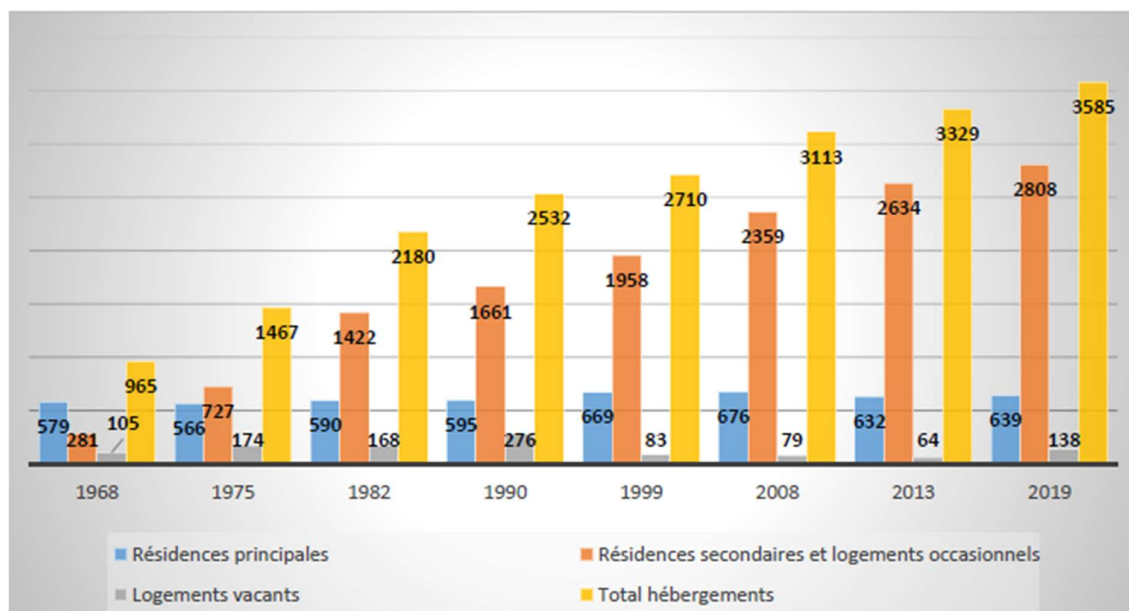


Figure 20 : Évolution des modes d'occupation (2007-2017) INSEE

Sur la figure ci-dessous, on perçoit une baisse du nombre de propriétaires avec une augmentation du nombre de locataires sur la commune.

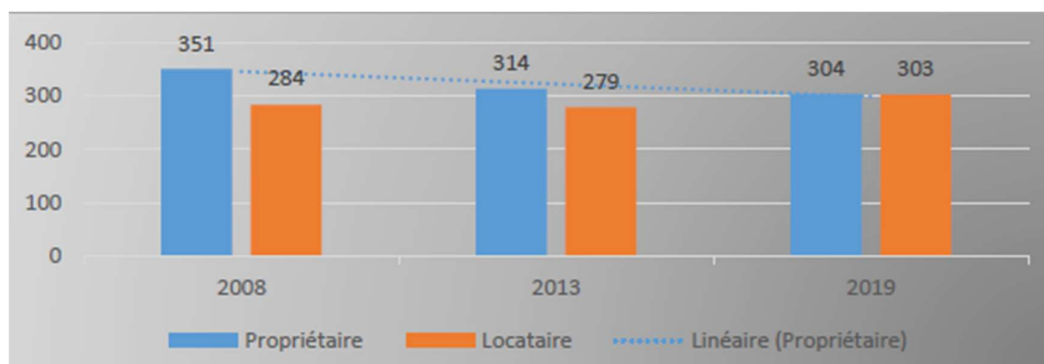


Figure 21 : Évolution de la part des propriétaires et locataires (2008-2019) INSEE

Les besoins de logements à destination de la population résidente et saisonnière ne cessent de croître. Des actions sont donc nécessaires pour ne pas briser la dynamique démographique assez faible et éviter un quelconque exode des familles et du reste de la population.

2.3.2 Un bassin d'emploi attractif

Si l'on regarde de plus près les données de l'INSEE (2017), le taux d'activité des 15-64 ans est plus élevé qu'au niveau régional et national.

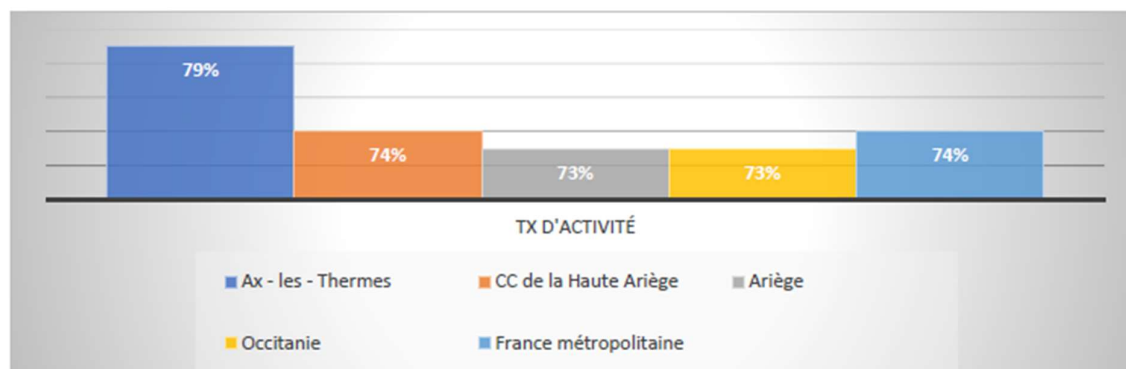


Figure 22 : Taux d'activité des 15-64 ans en 2017 selon INSEE

Cet indicateur est confirmé par un taux de chômage également inférieur au niveau local et national.

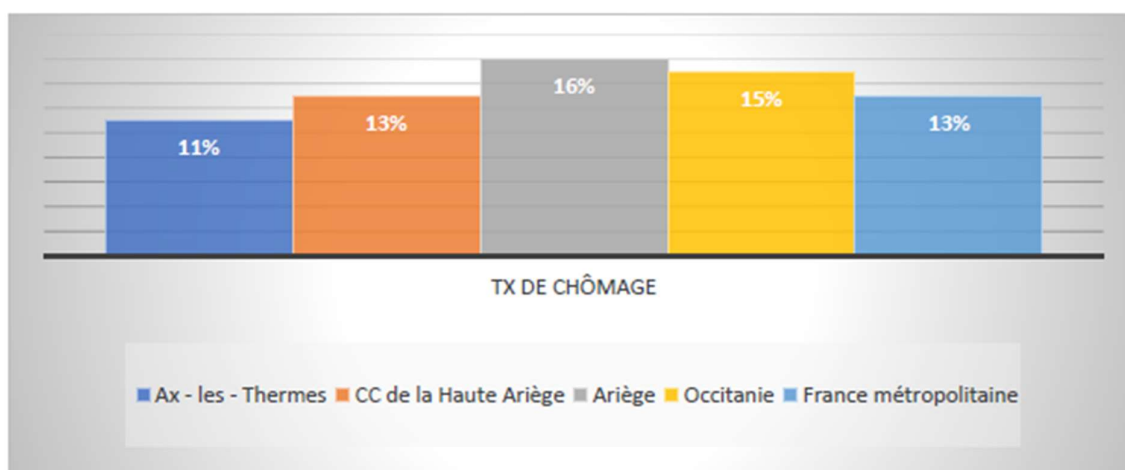


Figure 23 : Taux de chômage des 15-64 ans en 2017 selon INSEE

Au total, on compte 1077 emplois sur Ax-les-Thermes (en 2019) et 1077 en 2018, auxquels il faut ajouter les emplois saisonniers inhérents à l'activité touristique. On dénombre 544 axéens qui travaillent sur leur commune de résidence. L'indicateur de concentration d'emploi, a atteint 198,7, soit non loin de 2 emplois par actif de la commune. On retrouve sur cette dernière, 254 unités légales qui sont recensées, dont majoritairement (41%) dans le secteur du commerce, de la restauration et de l'hébergement.²⁸ C'est le premier vivier d'emplois pour les habitants de la vallée. En 2^{ème} position figure le secteur de l'administration publique, l'enseignement et la santé, qui représente 27% des salariés à Ax-les-Thermes.²⁸ Les employeurs majeurs de la commune sont la société thermale d'Ax, avec 100 exploitants des établissements thermaux et de thermoludisme, la SAVASEM (Ski Alpin en Vallée d'Ax Société d'Économie Mixte) avec 75 personnes (exploitants) à temps plein et la commune d'Ax-les-Thermes avec 33 temps plein et enfin l'EHPAD d'Ax-les-Thermes. Les commerces, la restauration et l'hébergement sont les plus représentés avec le tourisme et les services de proximité qui constituent l'économie locale d'Ax-les-Thermes. On retrouve une réelle diversité en matière de commerces et d'artisanat : boulangerie, épicerie fine, boucherie, librairie, fleuriste, primeur, caviste, supérette, salon de coiffure, salon d'esthétique, salon de bien-être etc...Avec également des commerces en adéquation avec l'activité touristique comme les restaurants, cafés, magasins de sport...Et cela jusqu'à la haute vallée de l'Ariège.

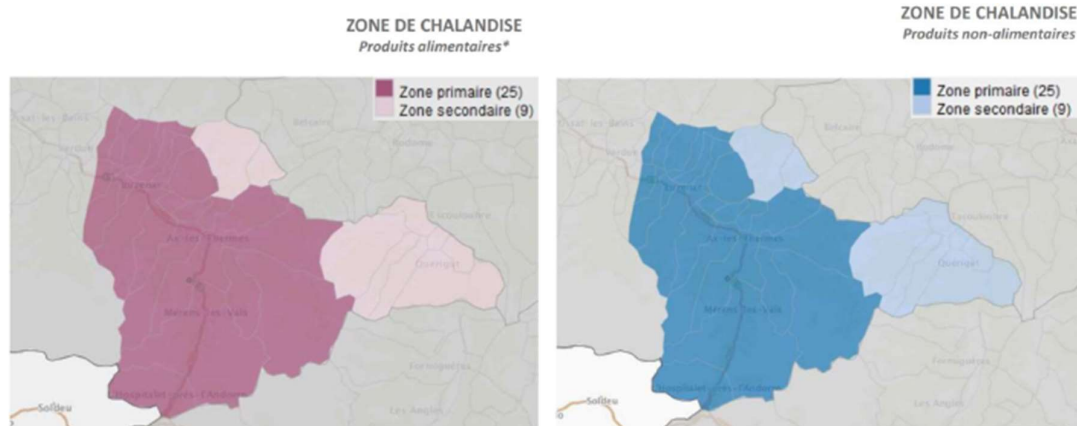


Figure 24 : Zone de chalandise du pôle commercial axéen CCI Occitanie³⁰

On retrouve tout de même un grand pic saisonnier d'activité, en effet, plus de la moitié des contrats sont des CDD (57%), alors qu'au niveau départemental et national, ils ne représentent qu'un tiers des contrats.²⁸

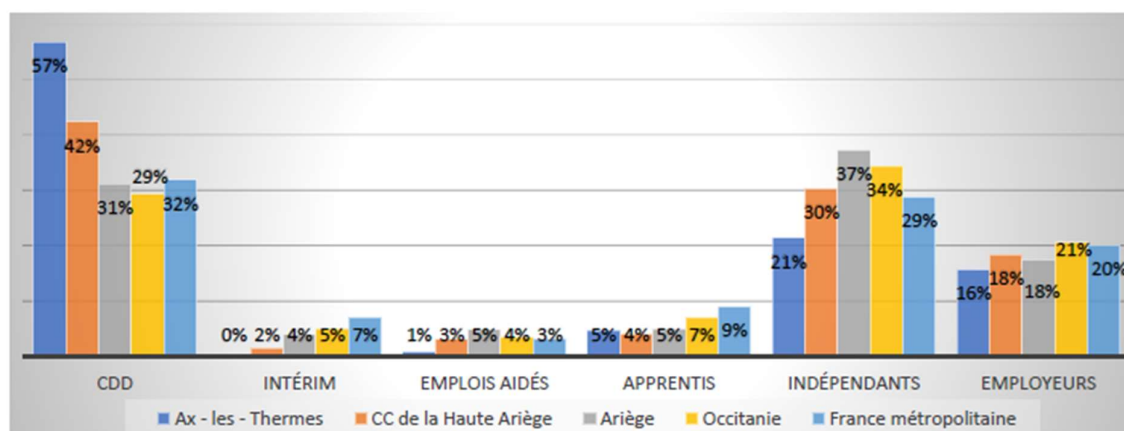


Figure 25 : Typologie des types de contrats de travail INSEE 2017

En termes de revenus, on retrouve la population qui bénéficie d'un revenu médian de 20 250 € en 2018, contre 19 820 € pour l'Ariège.³⁰

³⁰ CCI Occitanie, étude sur les comportements d'achats des ménages en Occitanie - 2020 (AID Observatoire).

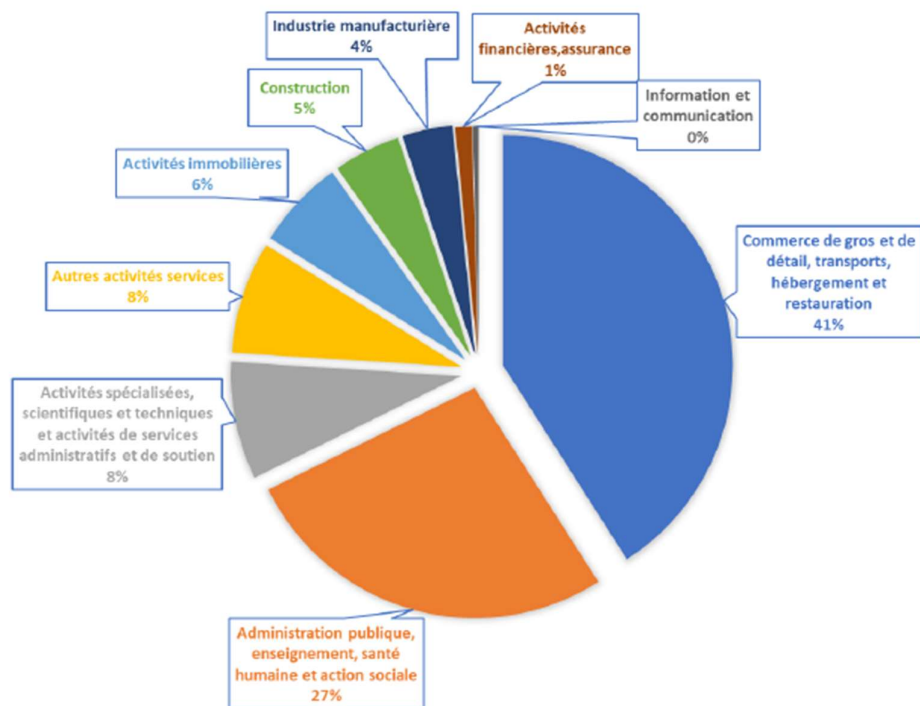


Figure 26 : Unité légales par secteur d'activité au 31/12/2020 INSEE

Les atouts de ce bassin que l'on peut constater sont : le regain démographique de ces dernières années, l'emploi qui est attractif et dynamique avec de nombreux secteurs d'activités. Mais aussi une main-d'œuvre saisonnière soutenant l'activité touristique. Cette attractivité se traduit par la demande de logements à l'année qui n'est pas satisfaite. En effet, la taille des ménages décroît et accentue le besoin de logements. Le nombre de résidences secondaires est aussi en constante augmentation alors que la pression sur les résidences principales s'accroît.

Le nombre de propriétaires de résidence principale diminue et les locataires sont toujours de plus en plus nombreux. Dans cet ensemble, on retrouve une réelle diversité de commerces, bien que l'OPH09 ne parvienne pas à accéder aux demandes de logement (moins d'une demande sur dix qui est satisfaite, avec notamment la pression sur le marché de l'immobilier qui est portée par les transactions de résidences secondaires. On retrouve notamment un exode de familles pour des communes où l'immobilier est plus accessible. (Cela s'explique aussi par la diminution des effectifs scolaires). Il est donc

opportun de pouvoir créer des logements pour accueillir des familles et des personnes seules qui sont employées sur la commune. Mais aussi de pouvoir renforcer l'attractivité commerciale de la commune et de poursuivre une politique d'accueil volontaristes des saisonniers sur le territoire. Cela pourra tenter de pallier les difficultés de logement pouvant accentuer la pénurie de main d'œuvre, mais aussi la fermeture de classes sur l'école et le collège de la commune. De plus, l'une des dernières menaces concerne le marché immobilier qui est essentiellement porté par les investisseurs au détriment des habitants moins aisés.

La dynamique démographique reste fragile et la population vieillit et peine à se renouveler. La connexion aux territoires limitrophes possède des contraintes d'accessibilité en période hivernale, notamment avec le peu de routes qui relient tout le territoire.

2.4 Les passoires thermiques

On ne retrouve pas moins de 25 stations de ski retenues pour réchauffer leurs "lits froids" avec : - 13 dans les Alpes du Nord (Chamrousse, Les 2 Alpes, Villard-de-Lans, Bourg-Saint-Maurice – Les Arcs, Haute-Maurienne Vanoise, La Toussuire, Les Ménuires – Val-Thorens, La Rosière, Peisey-Valandry, Tignes, Valloire, La Clusaz, Saint-Gervais.)

- 4 dans les Alpes du Sud : Les Orres, Orcières-Merlette, Risoul, Serre-Chevalier ;
- 1 dans le Jura : Métabief ;
- 7 dans les Pyrénées : Ax-les-Thermes, Les Monts d'Olmes, Peyragudes, La Pierre Saint-Martin, Grand-Tourmalet, Saint-Lary – Soulan, Font-Romeu.

Concernant Ax-les-Thermes, selon une étude de HEERO datant de 2022, la part de passoires énergétiques serait de 51% sur le plateau de Bonascre et/ou la commune dans son ensemble. À savoir que les meublés touristiques les plus énergivores pourraient être interdits à la location, la commune d'Ax-les-Thermes a mis en place un partenariat pour accompagner les copropriétés dans la rénovation de leurs logements. La commune de la Haute-Ariège entend donc convaincre les copropriétaires de rénover leurs logements. C'est donc tout l'enjeu pour la

commune d’Ax-les-Thermes de préserver leurs atouts. Selon la loi climat et résilience, une partie des habitations classées G (c’est-à-dire dont la consommation est supérieure à 450kWh annuels par m², est interdite à la location depuis le 1er janvier 2023.²⁸ En 2025, ce sera l’intégralité de la classe énergétique G qui y passera, avant les habitations de la classe F, trois ans plus tard. La nouvelle législation était censée exclure les meublés touristiques, ces derniers pourraient également se retrouver dans l’obligation d’être rénovés afin de rester disponibles à la location, selon l’annonce du ministre délégué au logement, Olivier Klein. Toujours selon l’étude publiée par Heer, plateforme spécialisée dans la rénovation de logements, Ax 3 Domaines figurait à la 31^{ème} place du classement des stations avec le plus important taux de passoires thermiques (51%).²⁸ C’est le seul domaine du département dans ce cas. Lorsque l’on analyse plus finement les DPE réalisés depuis 2021 sur la station dans le cadre de transactions immobilières et autres travaux, le constat est encore plus alarmant, tel que le montre le tableau ci-dessous :

| Classe DPE | G | F | E | D | C | Totaux |
|--------------|------|------|------|------|-----------------------|--------|
| | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | |
| NB Logement | 27 | 22 | 18 | 14 | 1 | 82 |
| Part du parc | 32,9 | 26,8 | 22,0 | 17,1 | 1,2 | 100 |
| | | | | | DPE moyen : | 5,7 |
| | | | | | DPE moyen voisin de F | |

Figure 27 : Analyse des DPE réalisés sur la station de Bonascre entre 2021 et 2022

C’est à compter du 1er janvier 2025, que les logements classés G seront concernés par l’interdiction de location longue durée. La loi Climat et Résilience³¹ interdit la location de longue durée de logements classés G avec un DPE indiquant une consommation supérieure à 450kWh par m². Puis à partir du 1er janvier 2028,

³¹ LOI n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets

les logements classés F seront sortis du parc locatif puis ceux classés E, à partir du 1er janvier 2034. Sauf les logements loués à l'année (considérés comme des passoires énergétiques, qui risquent de sortir du marché accentuant de fait, le déficit de logements pour les résidents. Si la nouvelle législation devait être promulguée, alors le parc d'hébergements touristiques et notamment sur la station de Bonascre serait considérablement amputé, avec des conséquences catastrophiques sur l'économie de la commune.

Il est donc primordial de rester attentif aux évolutions législatives et de poursuivre une politique d'accompagnement à la rénovation énergétique des résidences touristiques, avec l'expertise d'Atout-France.

3. Missions confiées : Chargée de communication et référente été

Depuis 2020, je suis en alternance au sein de la station de ski d'Ax 3 Domaines, en tant que chargée de communication. Mes principales missions sont : Gérer les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Tiktok), ainsi que toute la partie emailing sur le CRM. À cela s'ajoute toute la partie relation presse où je suis chargée de créer des visuels, des articles pour promouvoir la station. L'on peut dire que je suis le "community manager" de la station, mais je suis aussi content manager (pour les photos et vidéos de la station), chargée de relation presse et enfin la plus grande partie, qui concerne les visuels, avec des missions qu'un graphiste pourrait avoir.

Les autres missions principales qui me sont confiées sont toute la partie visuelle sur tous types de supports, axé sur la communication externe principalement. Je suis chargé de faire le lien entre l'agence de communication Tao avec laquelle on travaille ainsi que différents imprimeurs de la région. L'été je suis chargé de mettre en place de nouvelles animations et de pouvoir établir un nouveau programme de ces dernières. Cette année, j'ai pu mettre en pratique mes idées d'animations au profit du programme hebdomadaire de l'été. Chaque été, le programme d'animation change en fonction du budget, des possibilités et de la personne présente aux animations pour les deux mois d'exploitation. Cet été, la coupe d'Europe de VTT, appelée Maxiavalanche, va se dérouler le 9 et 10

septembre sur la station. L'équipe marketing est donc chargée de s'occuper de toute l'organisation pour cet événement qui a eu lieu pour la dernière fois en 2019. C'est donc de nouvelles missions qui vont se rajouter pour participer à cette course emblématique, notamment au niveau de l'organisation des bénévoles.

3.1 La communication en station de ski (été / hiver)

En tant que domaine skiable, Ax 3 Domaines a su atteindre son ambition grâce à une renommée dans toutes les Pyrénées, notamment durant l'hiver. Cependant, la station l'été n'est pas forcément la plus connue au niveau de son domaine. Cela est en partie dû aux nombreuses randonnées juste à côté qui ont une attractivité beaucoup plus élevée, grâce à leur point d'eau, tel que des lacs avec une vue à couper le souffle. (Ce qui change de la vue des remontées mécaniques lorsque l'on veut randonnée sur le plateau de Bonascre). C'est donc un enjeu de promouvoir la station l'été.

Les canaux pour la communication l'hiver sont beaucoup plus variés que ceux durant l'été. On retrouve donc un budget beaucoup plus conséquent, avec pour chiffres d'affaires global des ventes tout confondu de 10 022 000€ pour la saison 2021/2022, avec 2 154 407€ du chiffre d'affaires venant uniquement de la vente en ligne. La part du budget communication l'hiver est donc conséquente par rapport à l'été. On constate un budget établi à 120 860€ pour la communication sur l'hiver 2021/2022, (Agence de communication Tao, Web, Affichage Toulouse, Bordeaux, La Rochelle/ La roche sur yon et Nantes, le budget presse/magazine, radio, et divers affichages/ balisages en interne). A contrario, le budget communication pour l'été n'a été que de 5500€. Bien évidemment, cela est établi pour seulement deux mois d'ouvertures d'exploitations contre quatre mois environ pour la saison d'hiver. L'été est donc encore une fois moins considéré que l'hiver, et la communication est donc moins mise en avant. Le budget est chaque année revue à la hausse ou à la baisse en fonction de la saison d'hiver passée et ce qu'elle a pu générer en perte ou en bénéfice.

3.2 Missions digitales

Les missions digitales que l'on retrouve sont en grande majorité la gestion des réseaux sociaux, avec la conception de vidéos propre à chaque réseau (tel que des reels, des storys sur le réseau Instagram et toute l'animation dite de "communauté" que l'on peut retrouver). Sur le terrain, on retrouve notamment des missions qui concernent les panneaux d'affichage à l'extérieur disposés sur le domaine, qui permettent de mettre toutes les informations disponibles (tarifs, évènements, conditions météorologiques, etc). Une des missions principales que l'on retrouve aussi, est la refonte du site Internet pour l'été avec toute la charte graphique refaite spécialement pour la saison d'été. Toute une réflexion est amorcée pour pouvoir refaire le menu du site et les sous-onglets. Cette année, une nouvelle version de l'interface avait été commandée pour changer complètement le site de l'hiver ainsi que l'été. Ce qui m'a permis de pouvoir repenser complètement l'agencement du site et des pages ainsi que les nouvelles offres à mettre en avant. La réflexion en amont m'a permis de remettre en question la structure complète du site et de pouvoir analyser derrière le trafic sur le site en question, notamment durant la saison d'hiver. Et observer les potentiels manque de balise title, le poids des photos, et la performance globale du site.

3.3 Développement d'un outil pour appréhender durablement la transition touristique des stations de ski

Dans le cadre de la formation TIC, un outil d'aide à la décision en lien avec les stations de ski a été réalisé. Il est composé d'un questionnaire en direction de socioprofessionnels, pour évaluer l'impact environnemental, économique et social, afin de pouvoir donner une analyse la plus fine possible pour comprendre si telle ou telle station peut s'inscrire dans une transition touristique durable. L'objectif est de pouvoir donner les meilleures préconisations à la fin, selon les données fournies par le professionnel. Les résultats sont d'abord donné par un score global en pourcentage pour

les trois piliers, puis un score global est donné pour chaque pilier. (Par rapport à la moyenne en France).

Les indicateurs qui ont été retenus pour le pilier social sont : l'accès aux logements pour la population, les activités touristiques, les lieux et équipements culturels et le taux d'emploi. Il permet de pouvoir analyser le potentiel du territoire en termes d'offre et de pouvoir analyser s'il peut y avoir un déficit de population, au niveau de l'emploi ou encore du prix de l'immobilier.

Pour le pilier environnemental, on retrouve : l'indicateur du prélèvement en eau, le nombre d'espaces aménagés, la quantité de déchets et la production de neige (taux d'enneigement depuis 2020). Le taux d'enneigement est important à analyser sur plusieurs années, plutôt que d'établir une moyenne par an, car l'enneigement dépend de plusieurs facteurs comme l'altitude, la latitude, l'exposition ainsi que les conditions météorologiques. Les niveaux d'enneigement peuvent aussi varier considérablement d'une saison à une autre, d'une année à une autre, en fonction des précipitations, des températures et des conditions météorologiques locales. Le taux d'enneigement moyen est aussi influencé par le réchauffement climatique, qui peut réduire les quantités de neige accumulées. Ce taux d'enneigement est important à observer, pour se rendre compte de la production de neige artificielle nécessaire pour pallier au manque de chutes de neige et avec un manteau neigeux qui baisse significativement dans le massif Pyrénéen. Cet impact permet de pouvoir analyser la consommation en eau, déchets, ainsi que le nombre d'espaces aménagés pour protéger la biodiversité. Il y a aussi l'évolution du taux d'enneigement à prendre en compte par an, pour avoir une vraie vision d'ensemble de l'évolution.

Pour le pilier économique, on retrouve l'indice de touristicité, le panier moyen d'un touriste et le potentiel de retombées directes. Cet impact permet de pouvoir analyser les recettes directes et indirectes qu'apporte l'ouverture de la station dans son ensemble. Et comprendre si le type de public a changé, ainsi que les modes de consommation. Cela permet de se rendre compte s'il est possible de pouvoir remédier au changement du panier moyen du touriste.

Les préconisations ont donc été établies par palier, tel que : entre 0 et 20 %, nous estimons que les scores globaux de chaque pilier sont trop bas, ce qui signifie que l'accès au logement n'est pas assez adapté, que l'offre touristique serait à revoir ainsi que l'offre en termes d'emploi sur le territoire de la station. En termes d'impact environnemental, les aménagements de la station prennent donc une place trop importante par rapport aux ressources du territoire. Ce qui expliquerait une consommation d'eau très élevée avec une production très élevée de déchets. Il y a pour chaque score, un paragraphe qui explique des actions en règle générale pour améliorer la station, tel que repenser l'accès au logement, à la diversité de l'offre touristique ainsi qu'à la gestion de la production de déchets et de la consommation d'eau. Mais aussi pouvoir éventuellement repenser le nombre d'hectares aménagés, en prenant en compte la biodiversité et les espaces protégés. Lorsque les scores globaux atteignent la moyenne, (entre 20 et 50%), l'outil préconise qu'on ne peut pas encore se pencher sur de nouveaux aménagements, tant que certains indicateurs ne sont pas revus. Tel que l'accès au logement, l'offre touristique qui n'est pas assez diversifiée, ou encore la mauvaise gestion de la production de déchets et/ ou une consommation d'eau trop élevée. Pour un score entre 70 et 100% (toujours selon les données transmises), l'outil considère que la station est dans une démarche très favorable de transition dite durable. Les scores globaux de chaque pilier sont très équilibrés et les critères les plus importants sont au même niveau que la moyenne en France et dans d'autres stations qui sont dans une démarche de durabilité. Il est tout de même conseillé de rester vigilants face aux aléas climatiques, pour maintenir le cap dans la démarche de transition durable.

Concernant la station d'Ax 3 Domaines, selon les données fournies par les différents services, le score global des trois piliers est de 40%. La station n'est donc pas dans une démarche favorable de transition dite durable selon l'analyse de l'outil. En effet, on a pu voir la problématique du parc de logement, ainsi que l'offre touristique qui doit être revue en autre.

Chapitre 2 : Ax-les-Thermes, une commune intégrée à un territoire riche où le tourisme domine.

Dans ce chapitre, nous allons tenter de comprendre l'intérêt d'avoir une approche environnementale pour pallier la saisonnalité sur le territoire d'Ax-les-Thermes.

Les éléments suivants qui vont être développés ici sont alors issus des premières phases de recherche et de la vision globale du territoire vue précédemment, afin d'en dégager les principaux enjeux et de comprendre les problématiques rencontrées. Nous avons pu voir le territoire d'Ax-les-Thermes en enlevant le côté touristique dans le premier chapitre. Nous allons maintenant étudier le point de vue touristique de ce dernier. Il sera ensuite intéressant de comprendre les enjeux et problématiques rencontrés par le territoire d'Ax-les-Thermes et la station d'Ax 3 Domaines. L'objectif final est de proposer des scénarios de développement pour aboutir à un projet d'offres.

1. La bisaisonnalité touristique hivernale comme modèle de décroissance

Il faut d'abord dissocier l'hiver de l'été sur la station d'Ax 3 Domaines et la commune d'Ax-les-Thermes pour comprendre les différents enjeux qui en sont associés. La plupart des socios professionnels de la station ont parfois du mal à comprendre que les clients ne viennent pas que pour la station en elle-même, mais pour le territoire et son offre touristique. Les remontées mécaniques ne sont donc qu'un moyen pour pouvoir accéder plus facilement au relief et à la vue qui s'y prête.

Au niveau touristique, la commune d'Ax-les-Thermes est classée station de tourisme par décret ministériel en 2013. L'élément moteur de l'économie locale reste bien évidemment le tourisme, qui est sensiblement moins marqué par la saisonnalité que certaines communes touristiques. Ax-les-Thermes bénéficie d'une saison touristique hivernale qui est dépendante du domaine skiable d'Ax 3 Domaines, mais également d'une saison estivale qui permet de mettre en lumière les activités de nature en lien avec le cadre montagnard. On retrouve le thermalisme qui participe activement à maintenir une

attractivité 4 saisons sur la commune. En termes d'offre, on est au environ de 13 000 lits touristiques répartis entre le centre-bourg et la station de Bonascre. Comme on a pu le voir précédemment, le thermalisme fait partie intégrante du fondement de l'attractivité et de l'identité de la commune. C'est un pan de l'économie locale qui a participé à la mise en tourisme du territoire et de la création d'une destination touristique à part entière. Durant la période précédant la pandémie, la destination se classe au 25^e rang sur 105 des stations thermales françaises. C'est une activité qui permet de conserver une dynamique touristique sur quasiment toute la majeure partie de l'année. C'est une activité à ne pas négliger, sachant que la région Occitanie se place comme cheffe de file de cette industrie, car elle occupe la première place des régions françaises thermales avec 188 000 curistes accueillis en 2017. Environ 6500 curistes ont effectué une cure cette même année sur un établissement axéen. (Les thermes du Teich). 90% des cures sont effectuées entre mai et octobre, avec pour un panier moyen de dépense de 1500 € en 21 jours. Un des premiers centre thermoludique voit le jour au début du XXI^e siècle, sa mise en service renforce l'offre touristique accessible à l'année. Depuis l'ouverture, l'établissement affiche une fréquentation croissante (136 211 entrées en 2019).²⁸

Ax-les-Thermes a donc eu cette volonté de devenir une destination incontournable à l'échelle du massif pyrénéen, se traduisant en projets et autres aménagements à destination de la population touristique. Bien évidemment, on retrouve la station de ski d'Ax 3 Domaines, qui est le moteur du tourisme hivernal de la commune. C'est le troisième plus grand domaine skiable des Pyrénées Françaises et premier d'Ariège. Son début d'exploitation remonte à 1955. La construction de la télécabine TCD (Télécabine à Pincés Débrayables) de 14 places par cabines, inaugurée en 2002, pour un débit théorique de 1500 personnes/h, a permis de faciliter les mobilités en réalisant un véritable ascenseur valléen pour acheminer skieurs, vététistes, randonneurs, travailleurs et autres touristes pour aller jusqu'au plateau de Bonascre.

1.1 Les activités culturelles et de loisirs vectrice d'attractivité

L'été comme l'hiver, les animations culturelles rythment la vie locale d'Ax. Les festivals reviennent annuellement et au-delà du pouvoir d'attraction de ces manifestations et des retombées économiques pour le territoire, cette programmation

participe au dynamisme de la destination, tout en assurant sa promotion. En termes d'animation, on peut évoquer le festival de films sportifs et d'aventure intitulé « Explos », les spectacles de rue des *Grands Chemins*, les *Fêtes Européennes*, l'évènement gastronomique *Festival des Saveurs*, le festival *Ax en Panse*, *Ax accordéon*, ou encore le congrès de l'université d'été du numérique en éducation intitulé *Ludovia*. Ax Animation est un établissement public administratif (EPA) lié à la ville d'Ax-les-Thermes, qui gère la programmation d'événements ponctuels, tels que des manifestations, événements, spectacles, pièces de théâtre, concerts ou encore cinéma. Ces événements se déroulent la plupart du temps dans la salle de cinéma du Casino dont le bâtiment appartient à la commune. La CCHA est au titre de la promotion de la culture sur la commune, avec son réseau de médiathèques qui regroupent la Haute-Ariège.

Il y a aussi les événements sportifs à retrouver, tel que l'Ultrariège, qui regroupe des courses de kilomètres différents, et qui passent par les stations des Mont d'Olmes, ou encore Ax 3 Domaines. C'est un événement qui a une portée régionale. Il y a aussi un tournoi de tennis "*Les Raquettes de la Dépêche*" qui est organisé en partenariat avec le club de tennis et la mairie.

Ces activités culturelles et de loisirs sont assez diversifiées selon la mairie d'Ax-les-Thermes. Avec pour atouts principaux, des événements dont le rayonnement est régional, avec une offre à l'année à destination d'un public local. Ce qui renforce sensiblement l'attractivité de la commune. Bien que la programmation de ces événements repose en grande partie sur Ax Animation dont les moyens humains et financiers restent limités, notamment à cause des coûts pour l'achat de spectacles qui menacent la programmation d'Ax Animation. Cela engendre quelque peu de mécontentement vis-à-vis des locaux qui ne sont pas toujours satisfaits de l'offre culturelle qu'on leur propose.

1.1.1 La station de ski d'Ax 3 Domaines et l'économie sur le territoire...

La station emploie jusqu'à 170 personnes en saison hivernale (entre les saisonniers et les personnes à temps plein).³² Une dizaine de saisonniers complètent le

dispositif en soutien des permanents l'été, pour des tâches de maintenance d'exploitation. Selon les estimations, la station génère 401 emplois, dont 60% indirects. On dénombre également 80 moniteurs de ski qui sont affiliés à l'ESF (école de ski français) ou à l'ESI (école de ski Internationale). Les collectivités locales et la CCHA détiennent une large majorité de la SEM (Société D'économie Mixte), tel que représenté sur la figure ci-dessous, qui témoigne de l'importance stratégique de la station dans le paysage économique valléen.

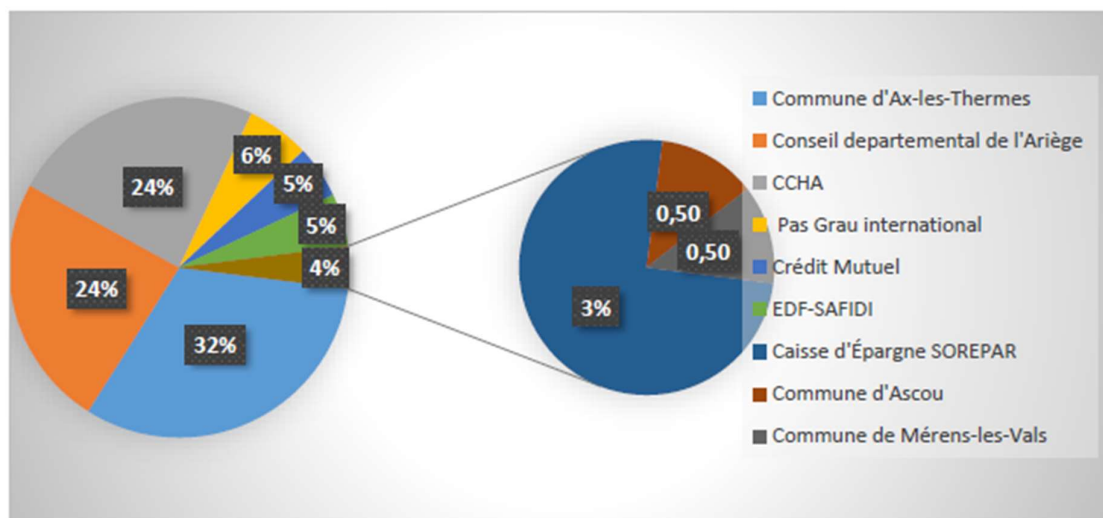


Figure 28 : Structuration de la SAVASEM

Ainsi, le poids économique de la station est estimé à 29 M€, soit 23,7 M€ (en 2016) de retombées économiques sur le territoire.³² La station en revanche dispose d'un parc de remontées mécaniques aujourd'hui qui est vieillissant. Il y a donc plusieurs phases d'investissements qui sont prévues, tel que le remplacement du télésiège du Rebenty pour une enveloppe de 13 M€.

1.1.2 ...tributaire du changement climatique

Nous avons pu voir que la station d'Ax 3 Domaines est soumise à différents aléas et risques qui tendent à donner l'accent sur l'avenir qu'aura la station dans les années à

³² Données issues de la SAVASEM

venir. On retrouve notamment la hausse globale des températures de la planète, alimentée par les émissions de carbone, qui met en danger l'Homme et les espaces naturels.³⁰ Selon Météo France, on observe qu'en 60 ans, les températures annuelles moyennes (les normales), ont augmenté d'un degré. Cette hausse des températures a des conséquences désastreuses en montagne, notamment du fait qu'elles fragilisent le pergélisol, qui est "un état thermique, une température durablement négative qui va permettre la présence de glace [...] C'est un peu le ciment des montagnes" par Ludovic Ravel, guide de haute montagne et chercheur du CNRS. Le pergélisol permet la stabilité des sols, et étant fragilisé, il devient un danger pour l'Homme. Cela se traduit par des éboulements, des avalanches, des glissements de terrains, ou encore des inondations.

L'été 2022 démontre bel et bien les conséquences des températures élevées, Le 04 juillet, le glacier italien de la Marmolada s'est effondré faisant 11 morts³³ ; Mais aussi au Kirghizistan où le 10 juillet un glacier des gorges de Juuku s'est effondré³⁴ ; Ou encore l'ascension du Mont blanc par le célèbre couloir du Goûter qui est suspendue, après avoir enregistré 10,4°C à 4 800m.³⁵ Le réchauffement climatique en montagne impacte aussi directement les écosystèmes naturels. Le changement climatique montre aussi des impacts directs comme le changement des précipitations et des impacts indirects comme la décroissance de la pollinisation. Cela a un impact sur l'altération des conditions d'habitats de la faune ou encore l'affaiblissement de la qualité et quantité des écosystèmes produits. On comprend que le changement climatique en montagne agit sur un large écosystème, où l'Homme et le système écologique sont étroitement liés et dépendants.³⁶

³³ Futura Planète. Effondrement du glacier en Italie : que s'est-il passé ?, 09-07-22. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3ckH3a0>. (Consulté le 09-06-23)

³⁴ Futura Planète. Images impressionnantes de l'effondrement soudain d'un glacier au Kirghizistan, 14-07-22. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3aF4I4N> (Consulté le 09-06-23).

³⁵ Desmas Margot et Habran Vincent. On assiste à des chutes [...] éboulements, France 3 Auvergne Rhône Alpes, 15-07-22. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3PwwH5h>. (Consulté le 10-06-23).

³⁶ Geffroy Morgane. De la reconnaissance de la monoactivité touristique hivernale vers une montagne à l'année. Le cas du territoire Les 3 Vallées, Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement. Toulouse : Université Jean Jaurès, ISTHIA, 2022, 63p.

Un autre des indicateurs assez alarmant sur le changement climatique, est le nombre de périodes de sécheresse (la fréquence), où la ressource en eau risque de venir à manquer pour de nombreux usages.

Il est donc urgent de se pencher sur les différentes problématiques qui touchent la station d’Ax 3 Domaines, tel que le parc de logement ainsi que l’offre touristique plutôt que ce penché sur de nouveaux projets d’aménagements à plus grandes échelles. (Que ce soit par rapport aux nouveaux projets d’aménagement qui concernent les remontées mécaniques où encore des grands projets de tyrolienne et/ou de passerelles pour relier d’un bout à l’autre la station avec Mérens-les-Vals.

1.2 Enneigement aléatoire

L’enneigement est une stratégie dite de fiabilisation pour maintenir l’activité du ski des stations, bien que cette dernière, enlève la possibilité de pouvoir réagir et d’avoir une vraie réflexion concernant les différents aspects de l’enjeu climatique.³⁷

“ Les domaines skiables sont des objets étranges. Dans un monde où l’on cherche à réduire la part du risque au maximum, leur modèle [...] repose sur un pari renouvelé chaque année : la survenue durable de la neige” (Loubier, 2007, 231p)

Comme on a pu le voir précédemment, la hausse des températures impacte directement les domaines skiables : L’augmentation des températures amènent des averses de pluie plus fréquentes, qui réduisent l’épaisseur de la neige ainsi que la durée d’enneigement.³⁸ Ainsi, la vapeur d’eau ne peut plus se transformer en cristaux à cause des températures trop élevées et au contraire, elle va favoriser des averses de pluie.

Grâce à l’étude Climsnow, elle permet de quantifier la fiabilité de l’enneigement, sa variabilité et la capacité de chaque station de ski à maintenir son exploitation selon les efforts fournis et les modalités sur différentes échéances. Au niveau méthodologique,

³⁷ Vincent Vlès, « Anticiper le changement climatique dans les stations de ski : la science, le déni, l’autorité », *Sud-Ouest européen*, 51 | 2021, 127-139.

³⁸ Selon les données fournies par Météo France.

l'étude propose une analyse se basant sur les scénarios des projections climatiques du 5^{ème} rapport du GIEC (2014) liées aux émissions de Gaz à Effet de Serre. Au niveau des indicateurs, on retrouve : L'indice de fiabilité de l'enneigement ; Taux de retour des mauvaises saisons ; Fenêtres de froid ; Consommation en eau pour la production de la neige de culture et la durée d'enneigement. Cela permet à la station de pouvoir faire des estimations par rapport à la fiabilité de l'enneigement. En effet, les stations de montagne et leurs activités touristiques dépendent des conditions météorologiques sur plusieurs points :

- Les dates de vacances sont décalées par rapport aux périodes d'enneigement, les vacances de Noël et les vacances de février ne coïncident pas forcément avec l'enneigement naturel (Vlès, 2018, p.27-30).
- On retrouve des réservations en "last minute" en fonction des chutes de neiges. D'où l'importance de pouvoir bien communiquer sur le taux d'enneigement sur le moment venu et d'adopter un discours en adéquation avec les conditions météorologiques.³⁸
- Le manque de neige a déjà entraîné la fermeture de plusieurs stations de montagne, les laissant à l'abandon ou à l'arrêt définitif du ski.³⁸ C'est le cas de Prats-de-Mollo-la-Preste, en Haut-Vallespir, du côté du Canigou que cette petite station a existé entre 1600 et 1830 mètres d'altitude, avant de fermer définitivement car la station a manqué de neige et n'a jamais réussi à être rentable. On retrouve aussi la station de Puyvalador, entre 1700 et 2400m (du côté de la haute montagne), qui n'a pas réussi à rester ouverte pour cause d'un gros déficit).

Ce modèle du tout-ski, montre donc des signes de fébrilité, où les stations de montagne qui n'ont misé que sur une saison touristique hivernale, en faisant reposer leur économie sur ce secteur d'activité, sont rattrapées par la réalité du réchauffement climatique.

1.3 Le pastoralisme au coeur des enjeux du maintien d'un territoire fragile

Le pastoralisme, « *c'est l'ensemble des activités d'élevage valorisant la végétation spontanée et naturelle par le pâturage des troupeaux, pour assurer leur alimentation.* »³⁹

Le pastoralisme a toujours été dans un contexte de controverses accrues par la question des grands prédateurs, « *tout le monde a désormais plus ou moins quelque chose à dire sur les pratiques pastorales* ». ³⁹ Le contexte historique semble important pour comprendre et discuter de certaines représentations dominantes autour du lien entre activité pastorale et territoires de montagnes. C'est grâce au système traditionnel agro-sylvo-pastoral, que la mise en valeur et l'organisation sociale des montagnes c'est mise en place jusqu'à la fin du XIX^{ème} siècle. ³⁹ Il est articulé autour de différents étages de végétation : fonds de vallées, zones des granges dites aujourd'hui "zones intermédiaires", forêts et pâturages d'altitude : on parle d'agriculture de subsistance, qui permet avant tout de nourrir les hommes. ³⁹ On peut voir que la terre est cultivée partout où cela est possible. L'élevage apparaît donc subordonné aux cultures, relégué aux espaces non cultivables, forêts et prairies d'altitude (alpages, estives, "montagnes") dont l'étendue lui offre cependant une ressource quasi-inépuisable à la belle saison. ³⁹ On peut définir le pastoralisme comme une pratique collective : « *Le caractère collectif de la vie pastorale est un des caractères fondamentaux de la géographie humaine des Pyrénées, il les oppose fortement à d'autres montagnes françaises.* » (Chevalier, 1956, p. 327). ³⁹ Dans les Pyrénées, l'espace pastoral est par essence un espace partagé (Lazaro, 2015 ; Garde *et al.*, 2014). On retrouve des situations de coprésence parfois simultanées, parfois successives, entre usages pastoraux, forestiers, de loisir, de nature, etc. Ainsi, les éleveurs et les bergers sont contraints à réaffirmer voire renégocier régulièrement la légitimité matérielle et symbolique de leurs pratiques sur l'espace pour attester de leur nécessité de leur présence sur le territoire. ³⁹ La nécessité de cette remédiation est d'autant plus prégnante qu'ils ont désormais à faire avec des acteurs qui n'ont généralement aucun lien avec un monde de l'élevage qu'ils méconnaissent. ³⁹ Bien qu'il représente l'image et la symbolique de l'élevage pastoral, l'ours dans les Pyrénées centrales est soumis à diverses controverses. ³⁹ L'Ariège a été très fortement touchée dans les années 2000, où la partie ouest (Couserans) concentre à l'heure actuelle la grande majorité des ours du massif. (Plus de 35 ours en 2017, sur 17 unités pastorales et une quarantaine sur le massif). ³⁹ Et par incidence des attaques et des pertes, c'est l'Ariège qui possède la plus grande

³⁹ Corinne Eychenne, « Le pastoralisme entre mythes et réalités : une nécessaire objectivation - l'exemple des Pyrénées », *Géocarrefour* [En ligne], 92/3 | 2018, mis en ligne le 15 novembre 2018, consulté le 01 août 2023.

majorité. Ainsi, selon certaines associations engagée en faveur de la présence des prédateurs, la question de la cohabitation ne se pose pas véritablement, mais relève plutôt d'un contexte favorable à la renaturation des territoires, qui est un préalable idéal à la prolifération de la faune sauvage.³⁹ Ainsi, la légitimité des acteurs pastoraux dans la gestion des territoires de montagne est directement contestée, d'autant plus que leur rôle dans la fourniture de services environnementaux est clairement remis en cause³⁹ : *« Il est donc faux de dire qu'aujourd'hui, le pastoralisme est un rempart contre la fermeture des milieux car ces derniers se referment de toute façon très massivement partout. Et c'est souvent une bonne nouvelle du point de vue de la biodiversité et de la remise en place naturelle d'écosystèmes allant vers un état aussi complet que possible (ongulés rééquilibrés par les prédateurs), autonomes et fonctionnels, rendant par définition de nombreux services à la société (multifonctionnalité de la forêt) »* (FERUS, 2017, p. 6).

Les éleveurs sont d'un part reconnu et soutenu pour leur rôle de protection des milieux naturels, il paraît légitime aux partisans de la réintroduction des ours, et qu'éleveurs et bergers adaptent leurs pratiques en conséquence, selon des procédures définies indépendamment de leurs pratiques pastorales effectives. Malgré cela, ces mêmes pratiques pastorales sont d'autant plus ignorées, voir remises en cause, qu'elles sont envisagées comme des dégradations d'un système pastoral traditionnel érigé en modèle.³⁹

Ainsi, l'Ariège compte une centaine d'unités pastorales d'estive pour une surface de 110 000 ha. Ces pâturages d'altitude représentent près de 25% de la surface du département. Les estives sont situées à une altitude moyenne de 1700m ; sachant que les estives ovines sont généralement situées à plus de 1800m d'altitude. Entre 800m et 1200m d'altitude s'ajoutent 40 000 ha de zones de prèes et de landes (parcours) situées en zone intermédiaire et de coteaux.³⁹

En Ariège, cela est :

- Un élément clé dans l'autonomie alimentaire et l'économie des élevages ariégeois.⁴⁰

- Une contribution environnementale dans l'ouverture des paysages, la stabilisation des sols, la lutte contre les risques d'incendies, la préservation de la biodiversité grâce au maintien des milieux ouverts.⁴⁰
- Un ensemble d'organisations humaines et techniques, et de savoir-faire (déplacements des troupeaux, gestion des milieux, soins des animaux...)⁴⁰

Ainsi on comprend que le pastoralisme joue un rôle important pour le territoire de l'Ariège, notamment pour les espaces montagnards qui sont fragiles à maintenir.

2. Une commande passée par une des stations des vallées d'Ax, Ax 3 Domaines

Une des missions pour cette dernière année de master en alternance chez Ax 3 Domaines, a été de m'occuper à trouver de nouvelles animations réalisables sur l'été entre le 8 juillet et le 3 septembre. (Date d'ouverture pour l'été 2023). En plus de continuer à créer des vidéos et faire grimper l'audience sur les réseaux sociaux, j'ai dû trouver de quoi alimenter le programme hebdomadaire, en cherchant des nouveaux prestataires tout en respectant le budget de l'animation prévu pour l'été. Cette mission est donc liée avec le fait de devoir analyser et trouver des solutions pour que le tourisme hivernal ne soit plus uniquement le secteur d'activité principal et pouvoir diversifier la montagne à l'année.

2.1 Une suite logique du mémoire de Master 1

Mon mémoire de Master 1, intitulé « Transition des stations de ski de moyennes montagnes face au changement climatique : Le cas de la station d'Ax 3 Domaines sur le territoire d'Ax-les-Thermes », répondait à la problématique suivante : Quels enjeux d'une transition pour les stations de moyennes montagnes, face à la problématique des quatre saisons ? Ce qui en a découlé, ce sont des hypothèses visant à apporter de nouvelles solutions pour diversifier l'offre déjà existante sur Ax-les-Thermes et sa station de ski. Nous étions donc dans une optique de changements, de pouvoir essayer d'étaler la saison d'été et d'hiver sur les ailes de saison et de voir si nous pouvions avoir des pratiques toute l'année. Nous avons pu voir qu'il ne s'agissait pas forcément d'essayer d'ajouter des

⁴⁰ «*Le pastoralisme en Ariège*», Fédération pastorale de l'Ariège, *pastoralisme09.fr* [En ligne], consulté le 05 juin 2023.

activités ou des offres en dehors de celles déjà existantes, mais d'abord de comprendre s'il faut véritablement une transition.

Ce présent mémoire et cette étude reprennent une partie du mémoire de Master 1, avec notamment les problématiques du territoire, qui ne permettent pas toujours de pouvoir avoir de nouvelles activités ou infrastructures dans le but d'avoir juste de nouvelles choses à proposer et de se "positionner" dans une démarche de transition. Ce deuxième mémoire va donc chercher à trouver des solutions concrètes concernant la station d'Ax 3 Domaines et son territoire.

2.2 La commande passée par la station Ax 3 Domaines

En vue de tenter de promouvoir le territoire d'Ax-les-Thermes comme une montagne à l'année, la commande suivante m'a été posée :

« Trouver des solutions pour pallier la saisonnalité très marquée, pour que le tourisme hivernal soit reconsidéré et ne soit plus l'activité principale du territoire, et qu'une montagne à l'année reste possible ».

2.3 Une problématique pour encadrer la commande

Une problématique est née par rapport à l'envie de pallier la saisonnalité très marquée du territoire d'Ax-les-Thermes, ainsi que l'envie d'étoffer l'offre touristique du territoire :

« Comment faire face à la bisaisonnalité et nouvelles demandes des consommateurs sur le territoire d'Ax-les-Thermes ? »

Cette problématique entend le terme « bisaisonnalité », comme le tourisme hivernal et estival comme secteur d'activités, à eux seuls de générer le développement territorial du territoire sur lequel il est implanté. Bien évidemment, l'on retrouve cette problématique sur d'autres territoires de montagne, notamment dans les Pyrénées. Le but est de pouvoir

répondre à cette question par rapport au territoire d’Ax-les-Thermes en question, et de pouvoir mener des actions sur du court, moyen et long terme.

Chapitre 3 : Méthodologie et pistes de réflexion à considérer pour des enjeux territoriaux forts

Ce dernier chapitre a pour objectif de présenter la méthodologie réalisée pour le recueil de données, puis de pouvoir émettre des hypothèses qui vont répondre à la problématique. Ces réponses à la question posée découlent de l’analyse des informations recueillies ainsi que des enjeux du territoire qui sont apparus comme primordiaux dans le diagnostic.

Les hypothèses sont les suivantes :

La transition des territoires de moyenne montagne :

- Nécessite que la station ne soit pas le système unique de l’activité touristique ;
- Doit adapter son offre touristique pour une organisation de l’activité à l’année
- Nécessite d’avoir des liens entre la station de ski et son territoire

1. *Choix d’outils méthodologiques adaptés au recueil d’informations*

Pour un recueil d’informations performant, il m’a paru important de s’imprégner du sujet grâce à une revue littéraire ainsi que d’organiser mon temps autour d’un planning.

1.1 *Revue littéraire*

Pour débiter l’étude, il a été nécessaire d’avoir une meilleure connaissance du sujet à travers une revue littéraire. Une première revue littéraire avait déjà été réalisée dans le cadre du mémoire de Master 1, notamment à propos du changement climatique.

Les lectures pour ce deuxième mémoire se sont portées sur :

- Le tourisme hivernale et estivale en montagne en France

- La mise en place d'un tourisme estivale des territoires de montagne
- Le changement climatique
- Les nouveaux modes de consommation
- Les parcs d'hébergements
- La fréquentation touristique été/hiver
- Le pastoralisme
- ...

Il y a eu une variété de types de lectures utilisés, allant d'articles de revues à des ouvrages, en passant par des mémoires, des thèses, des articles destinés au grand public, des vidéos et même des textes juridiques. De plus, les lectures ont été sélectionnées à partir d'une large gamme d'années de publication afin de pouvoir observer leur évolution au fil du temps.

1.1.1. Echange avec des professionnels du secteur de la montagne

Nous avons besoin de données, pour pouvoir apporter des éléments de réponse aux réflexions posées. Des outils de récolte de données ont été mobilisés pour aboutir à des résultats. Il m'a paru important de comprendre que l'approche environnementale fait partie des indicateurs à prendre en compte par rapport aux enjeux de la station de ski à venir. Il m'a donc paru nécessaire de me rapprocher de la mairie, et plus particulièrement du chef de projet des petites villes de demain. Son approche fut importante pour parler de la problématique des passoires thermiques et des solutions que la ville compte adopter.

1.1.2. Enquêtes qualitatives à destination des habitants et des socioprofessionnels

Pour répondre aux 3 hypothèses et à la problématique « ***Comment faire face à la saisonnalité et aux nouvelles demandes des consommateurs sur le territoire d'Ax-les-Thermes ?*** » Deux guides d'entretiens différents seront réalisés, l'un consacré aux

habitants sur le territoire d’Ax-les-Thermes et l’autre aux socioprofessionnels du territoire en question. Avec un entretien qualitatif adressé uniquement pour le chef de projet des petites villes de demain de la mairie d’Ax, concernant le parc d’hébergement du territoire.

1.1.3 Construction des guides d’entretiens

Il a donc été convenu de créer deux guides d’entretiens différents, de façon à pouvoir adapter les thèmes en fonction des profils et aussi à obtenir les informations les plus justes. On retrouve donc un guide d’entretien destiné aux habitants des territoires de montagne et un autre pour les socioprofessionnels qui travaillent à la montagne.

Les guides d’entretiens ont été ensuite réalisés et décomposés en grands thèmes.

Questionnaire pour les habitants

| Thèmes | Objectifs du thème |
|---|--|
| Thème 1 : Vivre en montagne | Comprendre les motivations qui poussent à l'installation en montagne Comprendre la perception qu’ont les individus de la montagne Savoir si l’environnement est un aspect déterminant Positionner l’importance du ski |
| Thème 2 : Accessibilité (Transport, services, loisirs, logements) | Comprendre les manques en matière de transport Identifier les freins à se loger (passoires thermiques etc) |
| Thème 3 : Dynamisme et montagne | Déterminer l’ambiance des territoires de montagne |
| Thème 4 : Vision du tourisme | Comprendre la relation qu’à le montagnard avec le tourisme |
| Thème 5 : La gouvernance | Voir si l’habitant se sent considéré par les politiques locales et nationales |

| | |
|---------------------------------|---|
| Thème 6 : Identité de l'enquêté | Connaître l'âge, le statut professionnel, la situation familiale, le lieu de résidence. |
|---------------------------------|---|

Questionnaire pour les socioprofessionnels :

| Thèmes | Objectifs du thème |
|--|--|
| Thème 1 : Identité de la structure | Avoir une vision initiale de la structure |
| Thème 2 : L'offre et la demande touristique | Comparer l'offre hivernale à l'offre estivale |
| Thème 3 : La saison estivale | Analyser les atouts et les freins à la saison estivale |
| Thème 4 : Identité de l'enquêté | Retenir des informations sur la personne interrogée |

1.2. Une enquête quantitative dédiées à la clientèle

Les nouvelles pratiques et demandes de la clientèle faisant partie de la réflexion de la problématique, il m'a paru logique de monter une méthodologie à destination des vacanciers estivaux. De ce fait, la création d'un questionnaire quantitatif a été le modèle privilégié. Sous forme de google forms, l'analyse a été portée sur la vision de l'offre, ses atouts et ses freins, ainsi que la perception qu'à le vacancier sur le territoire de montagne l'été, ainsi que de pouvoir dresser un profil du vacancier en montagne l'été comme l'hiver.

Ce sont un total de 108 personnes qui ont été interrogées, et qui ont pu apporter une réflexion sur la vision du consommateur durant leurs vacances sur le territoire de montagne.

1.2.1 Veille informationnelle des stations concurrentielles

La veille informationnelle m'a paru être un choix logique d'outil méthodologique car cela fait partie de mes missions en entreprises de devoir faire de la veille autour de nos stations concurrentes, notamment au niveau de la communication et de la promotion de leur territoire. Il y a aussi une veille qui est faite pour des stations étrangères, qui n'ont pas la même taille en termes de pistes et pas du tout le même type d'offres. Mais il est justement intéressant de pouvoir comparer les différences et de pouvoir se remettre en question et d'apporter des idées.

Ainsi, la veille informationnelle s'est portée sur 8 stations des Pyrénées :

- Cauterets
- Saint-Lary
- Porté-Puymorens
- Grand Tourmalet
- Peyragudes
- Les Angles
- Font Romeu
- Piau Engaly

La veille pour ses stations consiste à parcourir leurs sites internet et de recenser la valorisation de leur tourisme estival : l'importance de la place du tourisme estival, son offre, ses services, ses outils de communication et son ADN. Il y a eu aussi une veille sur le parcours client l'hiver, qui a été réalisé lors d'un éductour, directement sur le terrain.

1.2.2 Benchmark in situ

Durant l'Éductour qui s'est déroulé au mois de mars, nous avons pu nous glisser dans la peau de client mystère et analyser l'offre touristique mise à disposition des vacanciers. Le parcours client a surtout été analysé, que ce soit au niveau de l'accueil, de la signalétique, du balisage, du nombre de personnel, l'organisation

sur les remontées mécaniques etc. Il fut important de considérer aussi les aménagements des espaces publics, le parc d'hébergement, les paysages, la communication, la promotion, les offres promotionnelles...etc.

1.3. Analyse et résultat

Les analyses et les résultats permettent de pouvoir émettre des hypothèses et de pouvoir tenter d'y répondre notamment par des axes stratégiques et des fiches d'action à mettre en place sur du court, moyen ou long terme.

1.3.1 Analyse individuelle et croisée des entretiens qualitatifs

Les entretiens réalisés ont d'abord été analysés individuellement puis ont pu être croisés grâce aux verbatims issus des propos recueillis. En effet, on retrouve des contradictions dans la vision du territoire, entre les habitants et les socioprofessionnels, qui n'ont pas la même approche de l'offre touristique que l'on propose.

1.3.2 Analyse du questionnaire quantitatif

Le questionnaire quantitatif a été posé à 108 individus. Ce travail d'analyse a donc été conséquent. Le mode d'analyse sélectionné à été de représenter les résultats sous forme de graphiques à pourcentages. On retrouve des graphiques circulaires, linéaires et à barres. Les questions ouvertes ont bien évidemment demandé une analyse plus dense, qu'il a fallu décortiquer pour en faire une analyse complète et transversale avec les analyses des questionnaire qualitatifs. Les questions fermées étaient les plus évidentes à analyser, puisqu'elles représentent un pourcentage de réponses de part et d'autre.

2. La nécessité que la station ne soit plus le système unique de l'activité touristique

Cette première hypothèse nous conforte dans l'idée que le territoire d'Ax-les-Thermes se doit de ne plus dépendre uniquement de la station de ski d'Ax 3 Domaines.

Il faut tout d'abord comprendre que le périmètre de la station peut correspondre à celui de la commune à laquelle la station est rattachée et d'autre part être rattaché à celui du domaine skiable. L'on peut remettre en question l'échelle territoriale qu'est la station. L'objectif ici est de remettre en question l'idée même de la station et ce demandé si c'est toujours l'échelle pertinente pour l'activité touristique ? L'hypothèse ici se dessine et nous fait comprendre que ce n'est plus uniquement la station, mais le territoire à plus large échelle qui doit être concerné. Le but est d'abord de pouvoir comprendre de quel territoire il s'agit et qu'en est-il de sa délimitation. Il suffit de regarder en arrière pour comprendre comment les stations ont été construites dans le passé.⁴¹ Comme on a pu le voir précédemment, on peut retrouver celles créées ex-nihilo, souvent en rupture avec la culture et l'économie locale.⁴¹ Il y a aussi le modèle de développement de la "station-village", qui est intégré dans la culture et la société de montagne. Cela nous amène à nous demander comment les stations s'insèrent-elle dans leur territoire environnant.

Un des impacts de l'ancrage territorial de la station est l'économie des territoires de montagne. Comme nous avons pu le voir auparavant, le tourisme est une activité économique à part entière, qui est bénéfique pour les territoires de moyenne montagne. Mais ces derniers représentent également un poids financier important. Bien évidemment, les impacts économiques ne seront pas les mêmes à l'échelle d'une station qu'une échelle territoriale plus large. En effet, si une commune a une station, il est intéressant d'analyser les retombées économiques

⁴¹ Albert Solène. *Les territoires de moyenne montagne face au changement climatique : une transition nécessaire pour un avenir durable ? Le cas des stations des Pyrénées-Orientales, Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement. Toulouse : Université Jean Jaurès, ISTHIA, 2020, 102p.*

engendrées par cette dernière. Dans son rapport de 2015, la Cour des comptes indique que selon Domaines skiables de France, 1€ investi dans une station de ski engendrerait 6€ de retombées économiques pour le territoire en question.⁴¹ Mais par rapport à ce ratio, il ne semble pas y avoir à ce jour de modèle qui permettent de réellement mesurer et connaître l'impact économique induit par les stations de montagne sur les territoires.⁴¹ Ce chiffre est à nuancer car il n'est pas précisé de quel territoire il s'agit. Il n'est pas évident de savoir sur quel périmètre du territoire les retombées vont bénéficier. Il y a l'achat de biens et de services liés aux activités des stations ainsi qu'aux dépenses des visiteurs (activités, hébergements, restauration, commerces, etc.). Dans un second temps, il s'agit des activités et des richesses produites à l'échelle territoriale, à partir de l'impact primaire généré par l'activité des stations (Maurence, 2012).

2.1 L'activité touristique pour la commune d'Ax-les-Thermes

On a pu voir à travers le diagnostic réalisé précédemment pour l'étude, que l'échelle étudiée en premier fut celle de la commune d'Ax-les-Thermes. Bien que dès le départ, l'objectif était d'aborder à la fois le périmètre des stations de montagne, et celui du territoire à plus large échelle. Ainsi, concernant les scénarios, ils vont d'abord concerner des fiches actions sur la commune, avec des axes stratégiques de développement de la dynamique commerciale, un audit portant sur les animations, et notamment le groupe d'Ax Anim', ainsi que le bien-être au cœur de la stratégie du développement touristique.

2.2. Vers une organisation de l'activité touristique à l'année

Notre deuxième hypothèse introduit le fait que le "territoire est en capacité de substituer le tourisme hivernal pour un tourisme estival". Ainsi, si le territoire a à tout prix besoin du tourisme comme pilier de son développement, il faut remplacer le tourisme hivernal par une autre forme de tourisme, à savoir ici, le tourisme estival. De plus, il faut pouvoir conserver le bourg-centre comme attractif et dynamique. Cette hypothèse concerne la saisonnalité où entre la

saison hivernale, la saison estivale, l'intersaison, ou encore le «4 saisons », qui ne fait pas l'unanimité. En revanche, nous avons pu voir que la fréquentation touristique est, quant à elle, davantage marquée en période hivernale et estivale. Cette hypothèse envisage donc le développement de l'activité touristique tout au long de l'année comme un réel avantage pour les territoires de moyenne montagne. Il est donc important de rappeler que l'un des enjeux primordiaux de la saisonnalité pour les territoires, est celui de l'emploi.

2.2.1 Impacts de la saisonnalité sur l'emploi

Il faut comprendre qu'au-delà des objectifs de fréquentation, il y a surtout une volonté de maintenir la population locale de façon pérenne, en lui permettant de vivre sur son territoire et de pouvoir y travailler. Grâce au secteur du tourisme, selon les données de l'INSEE, à l'échelle de la zone de montagne touristique pyrénéenne, 1 emploi salarié sur 6 serait touristique, soit environ 8 600 emplois en moyenne annuelle.⁴²

Il est difficile d'avoir des chiffres précis concernant l'emploi saisonnier. Cela s'explique par le fait qu'il y a différents types de contrats qui peuvent être mobilisés dans le cadre de l'emploi saisonnier. La période qui emploie le plus de travailleurs saisonniers est l'été, suivie de l'hiver pour les territoires de montagne. Cela suit la bisaisonnalité classique des territoires de montagne. Un des détails à prendre en compte est que l'écart de l'emploi touristique en moyenne montagne est relativement faible entre les deux saisons. À l'inverse, pour la haute montagne, l'emploi saisonnier est plus faible en dehors des saisons estivales et hivernales.

Ainsi, cette réflexion qui est développée ici tend à dire que l'emploi pourrait être davantage étalé sur l'année si la bisaisonnalité était réduite, ou davantage si l'activité touristique fonctionnait tout au long de l'année.

⁴² Albert Solène. *Les territoires de moyenne montagne face au changement climatique : une transition nécessaire pour un avenir durable ? Le cas des stations des Pyrénées-Orientales, Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement. Toulouse : Université Jean Jaurès, ISTHIA, 2020, 107p.*

2.2.2 De nouveaux comportements et pratique chez les individus

On a pu voir précédemment que la crise sanitaire liée à la Covid-19 a sensiblement modifié les envies et besoins des individus. Aujourd'hui, on distingue des changements dans leurs comportements qui se traduisent par un changement dans leurs destinations de vacances.⁴¹ La plupart d'entre eux veulent passer d'un tourisme d'espace à un tourisme de masse, ils ont envie de visiter des destinations moins fréquentées, intimistes et plus naturelles (Solelhac, 2021, p.86-92). Ils recherchent des expériences uniques et authentiques, pour se sentir plus utiles pour la destination qu'ils côtoient en aidant les populations locales.

2.2.3 Une demande en hausse durant la saison estivale dans les territoires de montagne

Par rapport à l'enquête quantitative sur la fréquentation et les types de pratiques des consommateurs en montagne, on a pu voir que sur plus de 100 interrogés, 92 % sont favorables pour pratiquer ou pratiquent déjà la randonnée comme activité outdoor durant la saison estivale. On constate depuis la saison 2020-2021, une hausse de la fréquentation, malgré la météo maussade et la pandémie. G2A consulting estime à 7% la hausse de la fréquentation moyenne par rapport à 2020. Avec un taux d'occupation moyen des hébergements qui étaient de 56,5% et qui a augmenté de 10,5% entre 2019 et 2021.⁴¹ Ils sont enclins à profiter d'un tourisme « régénératif », c'est-à-dire de « laisser la destination dans l'état dans laquelle on l'a trouvé » (Solelhac, 2021, p.86-92). Cela peut s'apparenter à ce que l'on nommait le « tourisme de contemplation ». Enfin, le tourisme de proximité est d'actualité, dans la mesure où la destination est accessible et adapte ses offres (Solelhac, 2021, p.86-92).

2.3. Un mode de gouvernance et des conditions de vie à l'année adapté à l'échelle du territoire

Cette dernière hypothèse nous invite à nous imaginer que la transition des territoires de moyenne montagne suppose la mise en place d'un mode de gouvernance adapté.

2.3.1 La gouvernance et ses acteurs

On peut voir que la gouvernance implique la présence d'un certain nombre d'acteurs.

On peut les classés selon quatre sphères différentes :

- La sphère économique, constituée des professionnels contribuant directement à l'activité de la destination ;⁴³
- La sphère politique, constituée de l'institution communale ou de l'EPCI, les services communaux, des offices de tourisme, clubs de sports etc.⁴³
- La sphère civile, constituée de la société locale dans son ensemble (organisations, associations, etc.) ;
- La sphère clientèle qui constitue les touristes et les visiteurs.⁴³

La gouvernance nécessite donc l'articulation entre les acteurs concernés par l'activité touristique.

Le but est de pouvoir comprendre les interactions et les liens entre tous ces acteurs, car l'activité touristique liés aux stations concerne un panel éclectique d'acteurs.

Concernant la station d'Ax 3 Domaines, la gouvernance se compose dans cet ordre :

⁴³ Albert Solène, *Les territoires de moyenne montagne face au changement climatique : une transition nécessaire pour un avenir durable ? Le cas des stations des Pyrénées-Orientales*. Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement, Foix : Université Toulouse Jean Jaurès, ISTHIA 2020.

2.3.2 La qualité de vie à l'année en montagne remise en question

Nous avons aussi évoqué l'absence de politiques sur les logements, et de ne pas laisser s'impliquer davantage les habitants dans les décisions locales. Alors qu'ils représentent un maillon essentiel à la vie à l'année, à l'économie locale et sont l'image du territoire où il est nécessaire de donner les meilleures conditions possibles de vie en montagne à l'année et d'apaiser le poids de l'intersaison, et de bénéficier d'un meilleur accès aux services. En effet, les freins que l'on retrouve pour une vie en montagne à l'année sont les suivants : une difficulté d'accès à certains services, le poids de l'intersaison, le manque de soutien de la gouvernance locale, les transports pour accéder aux services et aux autres communes alentours qui ne bénéficient pas de la même qualité de vie avec des services différents et enfin le coût de la vie. Concernant les gouvernances locales, on ne retrouve pas de soutiens suffisants pour considérer les habitants et les inciter à rester. C'est ce qu'explique SL, habitante « *À l'heure actuelle ici c'est du n'importe quoi, il y a des crèches fermées, le weekend et les vacances, donc tu ne peux pas faire garder tes enfants quand tu bosses dans une structure touristique, Il n'y a pas de logements saisonniers non plus* ». Nous avons pu voir que le coût des logements devient de plus en plus élevé avec notamment le problème des lits froids et de l'incapacité de pouvoir louer.

CONCLUSION DE LA PARTIE 2

Cette deuxième partie a permis de dresser le portrait du territoire d’Ax-les-Thermes et sa station de ski Ax 3 Domaines. Le territoire est doté d’espaces et de paysages exceptionnels avec une dynamique touristique très marquée avec quatre saisons dissociables qui dénote un vrai potentiel. La commande fixée par l’entreprise d’Ax 3 Domaines pour laquelle je travaille en alternance, a entamé plusieurs études de façon à répondre à la problématique de la bisaisonnalité et de pouvoir rester dans une lignée de montagne à l’année. Il a donc été convenu de vérifier si le modèle de développement du territoire correspondait toujours aux nouvelles demandes et pratiques des consommateurs et de trouver des solutions pour apaiser la monoactivité touristique hivernale. Cela nous a mené à la problématique suivante :

“ Comment faire face à la bisaisonnalité et nouvelles demandes des consommateurs sur le territoire d’Ax-les-Thermes ?”

Cette problématique nous a amené vers trois hypothèses de réflexion : La première hypothèse impliquait la nécessité que la station ne soit plus le système unique de l’activité touristique. Le but est de pouvoir tendre vers plus de territorialisation et de pouvoir lier la station au territoire. La deuxième hypothèse évoquait le fait d’avoir une organisation touristique qui devrait être davantage étalée tout au long de l’année. L’objectif ici a été de voir s’il était possible de pouvoir sortir du schéma de la bisaisonnalité, par rapport aux problématiques du territoire d’Ax-les-Thermes et de ses atouts et ses freins ainsi que le potentiel de la station d’Ax 3 Domaines. La troisième hypothèse a permis de définir l’importance d’avoir un mode de gouvernance adapté ainsi que de remettre en question les conditions de vie des habitants de vie à l’année sur le territoire en question.

Ces pistes de réflexion ont été avancées grâce à des lectures, qui ont permis d’éclairer ces hypothèses d’un point de vue théorique mais aussi grâce à un diagnostic du territoire d’Ax-les-Thermes et de sa station de ski d’Ax 3 Domaines.

**PARTIE 3 : DES SCÉNARIOS DE
DÉVELOPPEMENT À CONCEVOIR POUR UN
AVENIR DURABLE DU TERRITOIRE D'AX-
LES-THERMES**

INTRODUCTION DE LA PARTIE 3

Cette troisième et dernière partie est consacrée à la proposition de scénarios pour le territoire d’Ax-les-Thermes et sa station de ski Ax 3 Domaines. Cette étude a été réalisée dans le cadre de mon alternance de manière autonome et détachée de ce que peut proposer le bureau d’études. Certaines propositions faites dans cette partie concernent des axes de développement qui ont été étudiés par la mairie et d’autres qui me sont totalement propres. Ces scénarios représentent le côté opérationnel, avec une mise en perspective de tous les enjeux et problématiques relatifs à ce territoire de montagne ainsi que sa (ses) stations de ski. De plus, le périmètre de travail concerne la ville d’Ax-les-Thermes ainsi que la station d’Ax 3 Domaines, qui va subir directement ou indirectement les effets des ajustements de la ville. Nous avons pu voir que ce terrain d’étude a des besoins qui ont été identifiés dans le diagnostic du territoire. Ces scénarios proposés entrent dans le cadre de solutions indispensables et alternatives répondant aux besoins du territoire, dans une perspective d’un développement durable.

Nous allons retrouver des scénarios concernant la problématique du logement et les solutions pour y remédier le mieux possible, qui font partie de la deuxième hypothèse de « Pouvoir avoir une organisation touristique qui devrait être davantage étalée tout au long de l’année ». Bien évidemment, à ce stade de l’étude il me semble impossible d’être réellement exhaustif au vu des nombreuses possibilités qui pourraient être étudiées. Le but est de comprendre les enjeux et les problématiques sur lesquelles il semble le plus judicieux de se pencher dessus pour appréhender au mieux l’avenir du territoire et de sa station. Nous aurons aussi les activités touristiques qui seront développées et déclinées, ainsi que l’idée de faire du territoire une véritable destination, en mettant le tourisme comme levier au service du développement territorial et en mettant en place une gouvernance adaptée. Il conviendra donc d’apporter des pistes d’évolution pour ces différentes thématiques.

Aussi, cette partie sera alimentée par des « fiches opérationnelles/ d'actions ». Elles permettront de mettre en application les propos et de pouvoir être retenu par la station et le territoire.

Chapitre 1 : Vers un développement touristique à l'année du territoire d'Ax-les-Thermes

Différents scénarios de développement seront proposés, agrémenté de fiche-actions proposant de réels projets réalisables sur du court à moyen long terme, et concernant principalement des ajustements et des adaptations plutôt que des changements radicaux. Ce premier scénario s'articule autour de projets qui concernent surtout la ville d'Ax-les-Thermes et sa revalorisation. Cela participe directement à améliorer la qualité de vie des habitants et des touristes sur l'année. En effet, le but premier de ce premier chapitre, et de mettre en avant les possibilités de réaménagements de la ville concernant surtout les logements, puis dans un second temps, ce premier scénario positionne le tourisme comme un axe principal, voire à l'année.

1. Vers un tourisme davantage qualitatif

Ce premier scénario nécessite une connaissance des hypothèses de départ qui conduisent à en arriver à plusieurs recommandations. Le premier point porte donc sur le cadre sur lequel repose ce scénario, et l'idée principale qui sera détaillée plus loin. Un des axes que nous devons soutenir est le développement économique et touristique du territoire.

1.1 Des projets de développement structurants pour des stations dynamiques

L'on retrouve de nombreux facteurs endogènes et exogènes, qui viennent perturber le fonctionnement de la station et qui pèsent lourd sur son économie. Il est donc évident que si l'on conserve la même dynamique aujourd'hui, l'avenir de la station

est incertain. Renforcer et structurer le développement de l'activité touristique tout au long de l'année semble être une solution pour l'avenir. En effet, on peut voir plusieurs stations qui tendent vers ce type de solution aujourd'hui semble fonctionner. Le but n'est pas d'enlever le modèle du tout-ski comme nous avons pu le voir précédemment, mais de le conforter dans son fonctionnement, en reprenant les besoins de la station. La station connaît son territoire et a les clés pour résoudre ses problèmes. Le but de ce scénario est de pouvoir maîtriser l'offre touristique, tout en passant par des adaptations opérationnelles avec un changement constant de nouvelles demandes des touristes.

1.2 La qualité plutôt que la quantité

Le but ici reste de pouvoir garder une certaine qualité d'offre et non la quantité. L'objectif n'étant pas de devoir attirer toujours plus de touristes et de visiteurs. Il faut pouvoir garder une certaine homogénéité de la fréquentation entre les différents espaces et les différentes périodes de l'année. Il faut pouvoir améliorer ce qui existe déjà, pour rendre l'expérience client la meilleure. Si on améliore le schéma du parcours client, alors le visiteur qui sera satisfait aura plus de chance de revenir où incitera à venir sur ce territoire. C'est tout l'enjeu de la fidélisation. De plus, pouvoir avoir une offre touristique étalée tout au long de l'année, induit forcément une fréquentation moins concentrée sur de plus courtes périodes. Les prestataires et les acteurs touristiques sont donc plus disponibles ce qui rend l'expérience client davantage personnalisée.⁴⁴

⁴⁴ Albert Solène. *Les territoires de moyenne montagne face au changement climatique : une transition nécessaire pour un avenir durable ? Le cas des stations des Pyrénées-Orientales*, Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement. Toulouse : Université Jean Jaurès, ISTHIA, 2020, 116p.

2. Tendre vers des adaptations opérationnelles en adéquation avec la mutation de la station et du territoire

Nous avons pu voir qu'un des enjeux à prendre en compte est celui de l'hébergement, qui nécessite des adaptations et des ajustements pour permettre de requalifier l'offre sur le territoire.

2.1 Requalification des centres d'hébergement touristiques pour s'adapter à la demande

La problématique de l'hébergement touristique que nous avons pu détailler précédemment, commence à être prise en compte par le territoire. En effet, une des orientations stratégiques qui va être mise en place par la ville est de pouvoir tirer vers le haut la qualité de l'accueil, à savoir l'hôtellerie haut de gamme et les hébergements au goût du jour. La commune d'Ax-les-Thermes est lauréate d'un AMI d'Atout France pour la rénovation de l'immobilier de loisirs en montagne, pour une durée de deux ans et demi (de novembre 2022 à avril 2024).

Figure 29 : Fiche opérationnelle "Rénovation et requalification des hébergements touristiques"

| |
|--|
| Rénovation et requalification des hébergements touristiques |
| Niveau de priorité : Fort |
| Maître d'ouvrage : Commune d'Ax-les-Thermes et Collectivité territoriale |
| Descriptif de l'action : La prestation d'AMO par Atout France vise à accompagner quelques copropriétés à rénover leurs biens. L'idée est de pouvoir enclencher une dynamique de rénovation des copropriétés en se concentrant sur certaines. Le but est de pouvoir pousser les rénovations en cours et pouvoir se moderniser pour rester au goût du jour. On dénombre 51% de résidences de tourisme qui sont considérées comme des passoires énergétiques (classes DPE G et F). Cela fait partie d'une urgence pour laquelle il faut |

intervenir au plus vite pour abaisser les consommations de ces bâtiments.

Ainsi, l'accompagnement d'Atout France s'opère de la façon suivante :

- Démarchage/prise de contact avec des copropriétés
- Susceptibles d'être clientes de ce type d'accompagnement
- Visite des techniciens d'Atout France pour préconisations
- Techniques et projection financière.
- Présentation en AG des solutions techniques.
- Création du cahier des charges et recherche de
- subventions.
- Démarchage d'entreprises pour les travaux.
- Suivi des travaux.

Acteurs concernés et contrats territorialisés : CRTE Occitanie

Contrat Territorial Occitanie

Contrat Bourg-Centre Occitanie

Comme nous avons pu le voir précédemment, cette urgence s'applique d'autant plus qu'en octobre 2022, le ministre délégué au logement, Olivier Klein a laissé entendre qu'une interdiction à la location des meublés de tourisme les plus énergivores n'était pas à exclure. Si cette interdiction devait s'appliquer, la réduction sensible du nombre de lits touristiques mettrait à mal le modèle économique valléen, résolument tourné vers le tourisme.

Nous avons pu voir que la commune d'Ax-les-Thermes comporte près de 80% de résidences secondaires, dont là plupart des copropriétés sont vieillissantes. Sachant que le tourisme est le poumon de l'économie de la commune et de la vallée, il convient donc d'accompagner les propriétaires à rénover leur patrimoine sous peine qu'ils soient à terme retirés du marché. La rénovation et l'isolation des copropriétés permettront de réduire les consommations et de s'inscrire dans la démarche de transition énergétique.

2.1.1 Requalification des hôtels délaissés

La commune fait partie d'une station touristique de premier ordre, en effet, elle possède une offre diversifiée de lits marchands. Mais nous avons pu voir un changement dans les préférences de la clientèle qui plébiscite plutôt les meublés de tourisme. L'offre hôtelière tend à se déclinier de plus en plus, notamment à cause des difficultés de rentabilité, de personnel, d'investissements etc. Les repreneurs se font rares et cela conduit directement à des hôtels abandonnés qui jonchent le centre-ville depuis de nombreuses années.

Figure 30 : Fiche opérationnelle "Requalification des hôtels délaissés"

| Requalification des hôtels délaissés |
|--|
| Niveau de priorité : Fort |
| Maître d'ouvrage : Commune d'Ax-les-Thermes collectivité territoriale EPF Occitanie |
| Descriptif de l'action : Pour traiter ce problème, Ax-les-Thermes s'est associée avec l'EPF Occitanie, afin de pouvoir se porter acquéreur de ces bâtiments et leur trouver une nouvelle destination. Il a aussi un centre de vacances à l'abandon, qui devra être pris en considération pour le valoriser. Ces hôtels constituent des points noirs paysagers dans l'espace public, mais peuvent autant contribuer à répondre aux enjeux du territoire. Le partenariat avec l'EPF Occitanie permettra de créer de nouveaux logements pour les familles et les seniors du territoire dans un 1 ou deux bâtiments suivants : <ul style="list-style-type: none">- Hôtel du Parc, hôtel de France et hôtel de la paix : Création de logements en location pour les familles et les aînés en rez-de-chaussée.- Hôtel du Roy René : un projet privé est en cours pour la création de 23 meublés de tourisme.- L'EPF Occitanie propose qu'un marché pour la réalisation d'une |

étude de faisabilité sur un ou plusieurs bâtiments soit passé. Il y aura des scénarii de projets.

L'installation des familles se veut parfois compliquée vis à vis de la rareté des offres d'hébergement, que ce soit à l'achat ou à la location à l'année. Il est donc plus facile pour elles de s'installer sur des communes en aval, où le logement y est moins coûteux. Ces nouvelles tendances de vie contribuent à augmenter le trafic routier et ses nuisances. Notamment le trajet domicile/ travail où l'automobile individuelle est le moyen le plus courant étant donné le manque de transport sur ce territoire, mais va à l'encontre des logiques de développement durable du territoire. Ainsi, la requalification des hôtels participe à l'amélioration du cadre de vie et de son espace public tout en préservant le bâti singulier patrimonial.

2.1.2 Le label Diamant

Le label diamant confort permet d'avoir une valorisation de l'offre touristique pour une montée en gamme de l'offre d'hébergement, valable 5 ans. Il est gratuit pour le propriétaire est comporte la visite de labellisation, avec des échanges et conseils avec la référente du Label, des réunions d'information etc. Lors de travaux et aménagements importants : une mise en relation avec un architecte d'intérieur (prestation payante pour le propriétaire), qui accompagne au mieux le propriétaire dans l'aménagement de l'hébergement. Concernant Ax-les-Thermes, ce label permet de faire ressortir les logements qui sortent du lot. Il est spécifique à Ax mais il se déploie déjà sur 100 stations de ski.

Figure 31 : Fiche opérationnelle "Labellisation meublés de tourisme de standing"

| |
|---|
| Labellisation meublée de tourisme de standing |
| Niveau de priorité : Fort |
| Maître d'ouvrage : Commune d'Ax-les-Thermes et Collectivité territoriale |

Descriptif de l'action :

La volonté de la commune est de pouvoir monter en gamme vis à vis des meublés de tourisme pour répondre au mieux aux nouvelles attentes de la clientèle contemporaine. L'objectif est de pouvoir proposer des logements « vitrines » pour la destination mais aussi de pouvoir mieux commercialiser ces biens dans l'optique de réchauffer ces lits marchands. La labellisation s'établit en fonction d'une grille d'évaluation de la prestation Lichô Consultant, pour les meublés de tourisme. Si ces derniers répondent aux critères de qualité d'accueil, ils bénéficient de 3 à 5 diamants en fonction des prestations et autres services proposés. Dans le cas contraire, le propriétaire bénéficie de visites-conseil, pour l'accompagner dans la rénovation de son/ses biens ou le relooking de l'hébergement, pour répondre aux critères de labellisation.

Cette action a été engagée en 2019 et a été reconduite pour l'année 2023. Ainsi, on compte 48 logements qui sont labellisés « Ax Qualité Confort Hébergement ».

Acteurs concernés et contrats territorialisés :

Contrat Territorial Occitanie
Contrat Bourg-Centre Occitanie

Selon Michel Dupont, les touristes sont habitués à chercher des logements qui ont le label diamant et qui ne vont plus chercher dans la base de logements que l'on va proposer à côté. Il y a une vraie volonté de tirer vers le haut ce parc d'hébergement qui est vieillissant. En effet, de nombreux biens ne se louent plus, tels que les fameux studios cabines appelés « trapanelles », ou encore « boîte à chaussure » des années 70. C'est au mois de février, lorsque la fréquentation est la plus haute, où certaines des « boîtes à chaussures » sont louées, mais en dehors de cette période, ils ne le sont plus. Une des offres proposées pour les biens de la commune est celle d'un photographe, qui permet de

mettre en valeur les biens rénovés sur le marché. Lorsque l'on cherche les biens sur Ax, on retrouve en premiers ceux venant du label. Les personnes cliquent plus souvent dessus, donc ils sont mieux référencés, ce qui constitue une vraie vitrine. C'est un vrai avantage de pouvoir bénéficier de ce label sur la station et cela va permettre de réhausser en partie le parc d'hébergement. Ce dernier est au cœur de l'économie de la vallée et de la commune des hébergements touristiques. En effet, c'est Ax-les-Thermes qui concentre la grande majorité de cette offre en Haute-Ariège. Ces logements labellisés sont donc une aubaine pour le territoire, car il constitue une « vitrine » et sont moteurs dans une réhabilitation progressive du parc à l'échelle valléenne. De cette manière, Ax-les-Thermes veut devenir chef de file dans la réhabilitation des meublés sur la Haute-Ariège.

2.1.3 Installation du mobilier urbain pour le stationnement des vélos

L'itinérance et le vélo sont deux activités qui se développent de plus en plus sur le territoire. On retrouve de nombreux itinéraires VTT, mais aussi un accès à plusieurs cols et ascensions cyclistes de premier ordre. De plus, on retrouve une liaison ferroviaire qui permet un accès aisé aux cyclotouristes et la voie à mobilité active reliant les communes de la vallée, il est donc nécessaire de proposer des équipements adaptés, pour les haltes en centre-bourg.

Figure 32 : Fiche opérationnelle "Mobilier urbain pour le stationnement des vélos"

| |
|---|
| Mobilier urbain pour le stationnement des vélos |
| Niveau de priorité : Moyen |
| Maître d'ouvrage : Commune d'Ax-les-Thermes et Collectivité territoriale |
| Descriptif de l'action : Les vélos et autres VTT, sont nombreux à être parqués aléatoirement sur le |

mobilier urbain et les quelques anneaux de stationnement vélo dispersés aux quatre coins de la ville. Le but de la commune est donc de pouvoir organiser le stationnement sécurisé des vélos, tout en prenant en compte les besoins des cyclistes et habitants qui se déplacent à vélo dans leur vie quotidienne. La station d'Ax 3 Domaines accueille de nombreux vttistes, et notamment les VAE et les VTAE qui se démocratisent chaque année un peu plus. Il s'agirait donc de se poser la question sur l'opportunité de fournir un accès pour la recharge de ces vélos. Il sera nécessaire par la suite de revoir le travail de signalétique entre le vélo et le piéton à associer.

On peut voir de nombreux flux cyclistes qui convergent vers la commune dont il est nécessaire d'appréhender la question du stationnement. La pratique du vélo est un véritable vecteur d'attractivité touristique, elle est au cœur de l'économie locale. Ainsi, les équipements qui seront dédiés au vélo en centre-ville favoriserait la consommation dans les commerces locaux. Ce type d'action met en avant les mobilités douces qui s'inscrivent dans le programme des petites villes de demain.

2.2 Renforcer l'offre de logements pour saisonniers et jeunes travailleurs

L'accueil des apprentis, des jeunes travailleurs et des saisonniers sur le territoire est capital pour l'économie locale dont le tourisme est le premier secteur d'activité qui recrute. On retrouve aussi de nombreux postes dans le domaine de l'hôtellerie-restauration, dans le secteur du commerce, des remontées mécaniques ou encore dans l'industrie minière chez Imérys. Les difficultés de logement sur le territoire sont une problématique pour garder de façon pérenne la main-d'œuvre dans tous ces secteurs d'activités. Notamment lorsque cela concerne les saisonniers qui auront plus de mal à trouver un logement que ce soit par rapport au nombre de locations disponibles ou bien par rapport au prix du loyer qui n'est pas toujours rentable.

Figure 33 : Fiche opérationnelle "Renforcer l'offre de logements pour les saisonniers et les jeunes travailleurs"

| |
|--|
| Renforcer l'offre de logements pour les saisonniers et les jeunes travailleurs |
| Niveau de priorité : Moyen |
| Maître d'ouvrage : Communauté de Communes de la Haute-Ariège (Établissement Public de Coopération Intercommunale) SOLIHA Ariège (Association privée au service de l'habitat) - IméryS S.A |
| Descriptif de l'action : <p>Pour pallier à cette problématique de logements pour les jeunes travailleurs et les saisonniers, la CCHA (communauté de commune de la Haute-Ariège), échange avec des partenaires comme Soliha ou IméryS sur les besoins et apporte d'éventuelles réponses face à cette problématique. SOLIHA Ariège propose notamment une offre d'hébergements de 25 à 30 places pour les saisonniers, apprentis et jeunes travailleurs, dans un parc privé diffus. Il y a un aussi un partenariat avec des propriétaires bailleurs qui est conclu pour l'accueil de ce public, avec des conditions avantageuses pour les différentes parties.</p> <p>La CCHA reste attentive à l'évolution des besoins des travailleurs. De nouveaux propriétaires sont aussi pressentis pour mettre à disposition un meublé à la location, à destination des travailleurs.</p> <p>Sur du long terme, une réflexion sur l'opportunité et le montage juridique et financier d'une offre locative aux services associés pourrait être engagée si le besoin en était avéré.</p> |

L'accueil des saisonniers et des jeunes travailleurs est capital pour la commune. Notamment pour disposer d'offres plus pérennes et pousser des jeunes travailleurs à venir s'installer sur le territoire plus longtemps. C'est un enjeu crucial pour pallier la pénurie de main-d'œuvre sur le territoire notamment durant les saisons d'été et d'hiver, surtout en ce qui concerne l'hôtellerie-restauration, ainsi que les remontées mécaniques. En effet, c'est un territoire qui reste dépendant de la main-d'œuvre saisonnière et qui dispose du principal bassin d'emploi.

3. Requalification de la stratégie de développement touristique

Le but de cette requalification de la stratégie est de pouvoir mettre en œuvre de nouvelles actions qui vont raisonner à l'échelle d'une destination. Et non pas raisonner seulement à l'échelle du territoire.

3.1 Le bien-être, au cœur des motivations de la venue des touristes en montagne

L'une des raisons pour lesquelles les touristes veulent venir en vacances à la montagne est le calme, mais aussi la fraîcheur. On retrouve donc la notion de bien-être chez les touristes qui est importante dans leur séjour. Selon Atout France, « le bien-être est devenu un enjeu de premier plan pour notre société ». En effet, il s'inscrit de manière profonde dans les habitudes sociales et la question de la prévention santé est la conséquence de son évolution progressive. On retrouve de nombreuses offres de soins par l'eau, dont la France, qui figure parmi les premières destinations du tourisme de bien-être (4ème destination mondiale en termes de recettes et 5ème d'un point de vue de la fréquentation). Diverses offres sont présentes tel que la thalasso, le thermalisme et le spa, qui répondent à ce besoin croissant de bien-être. La France est le berceau de ces trois savoirs-faire, qui rendent sa destination bien-être attractive. Avec 93% des clients qui en ont une image positive de cette offre unique en Europe, qui comporte une très grande diversité de centres implantés partout sur le territoire (à la montagne, à la mer, à la campagne et en ville).

Si nous revenons sur le territoire d'Ax-les-Thermes, ce dernier propose diverses activités thermales et thermoludiques comprenant : des bains thermoludiques nommés Bains du Couloubret, un établissement thermal nommé les Thermes du Teich et des thermes avec une résidence intégrée nommé résidence du Grand Tétras. On retrouve ainsi 6000 curistes par an (en 2019), qui viennent en séjour sur les établissements thermaux axéens et 130 000 touristes qui fréquentent le thermoludique. Cet ensemble immobilier constitué de plusieurs entités contribue fortement à l'attractivité thermique, économique et touristique de la ville. L'objectif partagé de la commune et de la SEMTTAX est de confier l'exploitation des trois établissements à un opérateur commun. On retrouve une volonté de pouvoir développer les activités de bien-être et de santé de la commune qui sont au cœur de la stratégie de développement touristique.

3.2 Le Label Famille Plus

Une autre des orientations stratégiques est de pouvoir tirer vers le haut la qualité de l'accueil de l'hôtellerie haut de gamme ainsi que de remettre les hébergements au goût du jour. La démarche globale d'accueil des familles est un engagement de longue date que la station touristique d'Ax-les-Thermes souhaite valoriser. Le Label Famille permet d'avoir cette reconnaissance de la politique d'accueil auprès du public familial visé.

Figure 34 : Fiche opérationnelle "Obtention du label Famille Plus"

| Obtention du label Famille Plus |
|--|
| Niveau de priorité : Moyen |
| Maître d'ouvrage : Commune d'Ax-les-Thermes et Collectivité territoriale |
| Descriptif de l'action : Les critères comme l'accueil, l'information touristique, les animations, l'offre d'activités, l'offre découverte et sensibilisation à l'environnement et aux patrimoines, l'offre d'hébergements et de restauration, l'offre de commerces, de services, d'équipements, de transports, de sécurité et une tarification adaptée aux familles sont tous les critères que la commune doit cocher pour prétendre à ce label. La municipalité s'est approché en 2021 de l'ANMSM et a engagé en 2022 un partenariat avec une classe de Master 1 Tourisme de l'ISTHIA Université de Toulouse Jean-Jaurès. L'étude de faisabilité et ses préconisations seront réemployées lors de la mise en œuvre prochaine de cette démarche de labellisation. Sous réserve que la station touristique soit labellisée, tous les trois ans un audit de contrôle permettra de conserver le label. |

La station touristique classée d’Ax-les-Thermes, qui est héritière d’une longue tradition d’accueil des familles sur la commune, souhaite développer son offre à destination de cette clientèle-cible. La destination doit pouvoir se réinventer et rester à la page par rapport aux attentes de la clientèle qui évoluent de pair avec les aspirations de notre société. Sinon cette destination pourrait se retrouver déclassée. La labellisation permettra d’avoir la reconnaissance de l’attention portée aux familles, ainsi que la promotion de la destination auprès de ces dernières. Ce label serait donc un vrai enjeu en termes d’attractivité pour la commune.

Pour synthétiser, ce premier scénario met en scène les enjeux et actions qui sont en train d’être mis en place et qui vont nécessiter de réels aménagements et requalifications. Ce scénario type répond à des besoins du territoire qui sont clairement identifiés. Bien que ces éléments d’amélioration aient été développés pour avoir une vision synthétique de projets assez individuels, l’activité touristique reste en marge sur le reste. D’où l’importance d’analyser les nouvelles demandes des touristes, notamment par rapport à la considération du tourisme estival.

Chapitre 2 : Plus qu'un territoire, une destination

Le tourisme estival en territoire de montagne n'a pas toujours une offre adéquate en fonction du territoire en question. L'objectif est de pouvoir comprendre de quoi à réellement besoin le territoire d'Ax-les-Thermes concernant son offre estivale mais pas que. Le questionnaire quantitatif va nous permettre d'identifier les réels besoins des touristes et de pouvoir trouver des solutions concernant la structuration des activités touristiques à l'échelle du territoire. Tous les résultats suivants ne seront pas présentés.

1. Diversifier l'offre estival sur le territoire et les stations annexes

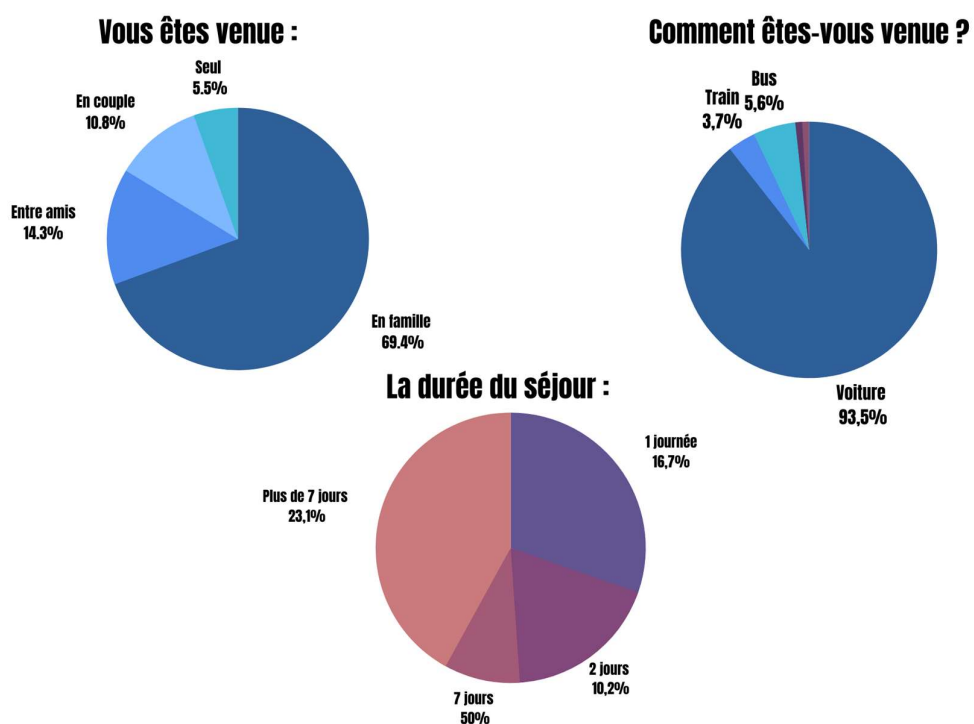
1.1 La veille et les benchmarks pour étudier le tourisme estival des territoires de montagne

Pour avoir une vision élargie concernant le tourisme estival et avoir une idée générale du tourisme l'été en station de ski, il a été préférable de regarder la concurrence que ce soit à l'étranger ou juste à côté, à l'occurrence, du côté des Pyrénées. Lorsque l'on cherche les meilleures stations sur Internet l'été dans les Pyrénées, on retrouve dans les premiers choix : Peyragudes, Saint Lary, les Angles, Font Romeu ou encore le Grand Tourmalet. Lors de la veille stratégique ainsi que les benchmark in situ, on a pu se rendre compte que ces stations ont un positionnement stratégique pour leur saison estivale. Les Angles par exemple ont misé sur leur positionnement pour l'été sur leurs activités. Les avis sur la station l'été concernent notamment les activités qui sont nombreuses pour les familles dans cette station. Le Grand Tourmalet quant à lui se retrouve comme l'un des leaders dans l'offre VTT en montagne. On retrouve aussi les socioprofessionnels du tourisme qui adaptent leur offre et service selon un positionnement stratégique. Tel que les Dolomites en Italie, qui proposent des services de lavages, des parkings à vélo, des chauffes chaussures et des labels qualités. Tout cela contribue à l'excellence dans leur accueil des cyclistes/ VTTistes et des randonneurs.

1.2 Le questionnaire quantitatif pour des éléments de réponses

Le questionnaire quantitatif a permis d'avoir des réponses concernant l'importance de la saison estivale. Et de comprendre les réelles attentes des touristes sur la station d'Ax 3 Domaines. Les thématiques principales qui ont été étudiées sont : la typologie de la clientèle estivale, la pratique des sports et loisirs ainsi que leur vision globale et les services de la station d'Ax 3 Domaines. Les données suivantes sont le résultat d'une production et analyse personnelle, issue du questionnaire quantitatif. Ce dernier a été réalisé sous forme de Google forms, puis publié sur la page Facebook de la station d'Ax 3 Domaines dans l'optique d'avoir un maximum de réponses.

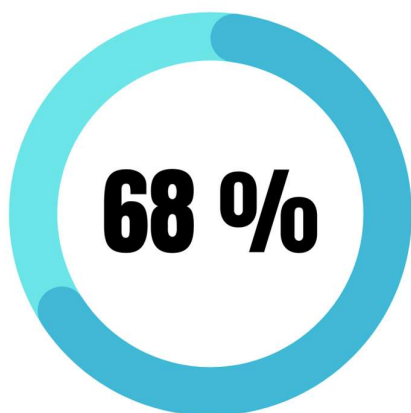
1.2.1 Cibler la clientèle estivale



Ces graphiques font émerger plusieurs constats par rapport au type de clientèle :

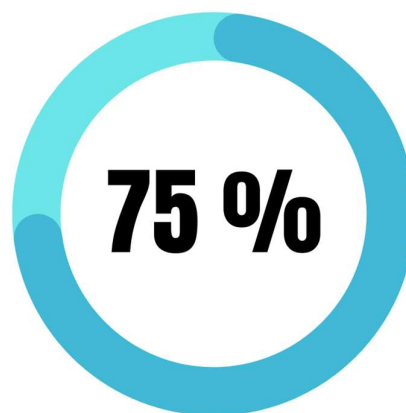
- La clientèle familiale est majoritaire. Sur la station d’Ax 3 Domaines, on observe souvent des parents avec leurs enfants ou encore des grand-parents accompagnés de leurs petits-enfants. Derrière on retrouve la présence de groupe d’amis avec 14,3%, puis seulement 10,8% de couple venus sur la station.
- Plus de 93% des individus sont venus en voiture contre le train.
- Au niveau des séjours, contre toute attente, ce sont les séjours d’une semaine qui ont le vent en poupe, tandis que les courts-séjours de deux jours concernent des clientèles de proximité, qui ont l’avantage de pouvoir regarder la météo avant de monter sur la station.

Est-ce la première fois que vous venez sur la station d’Ax 3 Domaines ?



ont répondu non

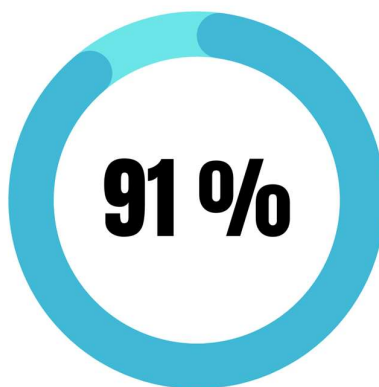
Est-ce la première fois que vous venez dans la région de l’Ariège ?



ont répondu non

Plus de la moitié des personnes qui ont répondu sont venues pour la première fois sur la station d’Ax 3 Domaines. Avec une légère nuance pour ceux déjà venus dans la région de l’Ariège. On peut constater que la plupart des personnes venus sur la station ne sont pas forcément retourner à la station pour aller skier. Mais il y a plus de 90% de personnes qui sont déjà venues l’hiver.

Êtes-vous déjà venu en hiver ?



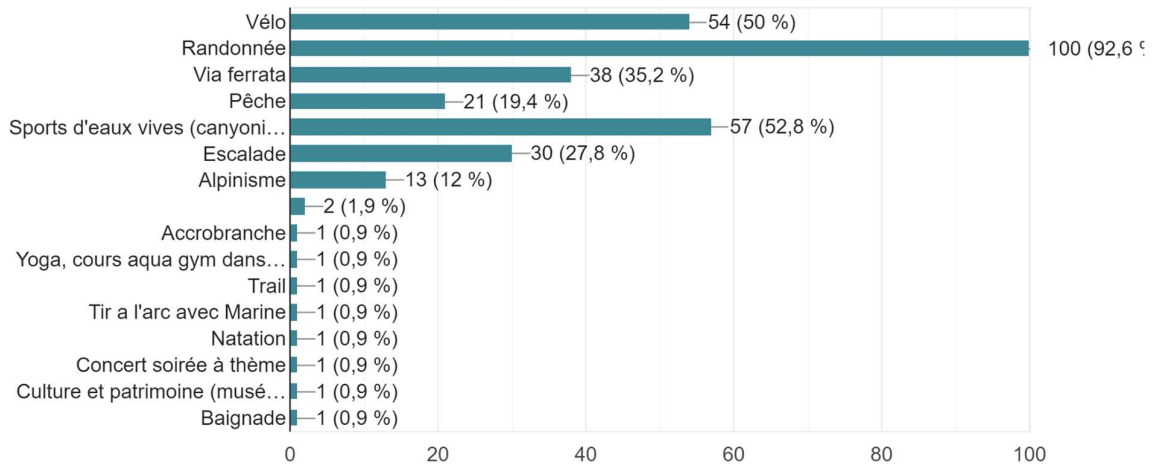
ont répondu oui

Le parallèle entre les individus qui sont venus sur l'hiver et ceux qui sont venus plusieurs fois sur la station est difficile à identifier pour ceux qui aimeraient découvrir le territoire l'été contre ceux qui ne viennent que pour la saison d'hiver. Près de 88% sont des skieurs, ce qui confirmerait que la grande majorité des répondants viennent principalement sur la saison d'hiver et non pas celle d'été. Plus de la moitié d'entre eux qui ne sont pas skieurs ont coché leur envie de faire de la randonnée et/ ou de la raquette durant l'hiver. (Qui sont parfois des activités déjà présentes dans leurs séjours bien évidemment).

La très grande majorité des répondants, soit 81,5% préfèrent allier des vacances sportives, rempli d'activités diverses ainsi que des vacances sous le signe de la relaxation et du bien-être. Une clientèle de niche (3%) compte sur le fait de pouvoir passer des vacances à la montagne pour se reposer. Contre 16% d'entre eux qui ne souhaitent passer que des vacances sportives. Concernant les motivations sportives, on retrouve en premières activités phare la randonnée (près de 93% des répondants), qui pratique ou qui serait prêt à pratiquer cette activité l'été. D'autres activités phares sont à retrouver sur ce graphique ci-dessous :

Parmi toutes ces activités, lesquelles pratiquez-vous ou seriez-vous prêt à pratiquer sur l'été ?

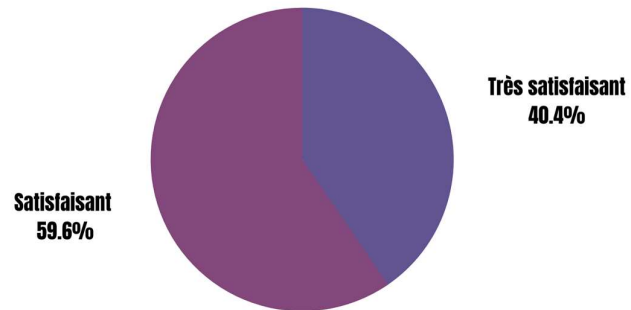
108 réponses



La pratique de la randonnée vient du choix des vacances à la montagne, qui est en première position, avec le calme puis la fraîcheur comme motivations premières. La montagne est un lieu propice au ressourcement qu'il convient de mettre en avant, notamment dans sa communication. Bien évidemment, on retrouve la via ferrata, ou encore les sports d'eaux vives tel que le canyoning qui sont des activités très attendues par les touristes venus sur un séjour d'été à la montagne. La plupart sont motivés par la fraîcheur de la température en montagne et d'autant plus que l'hexagone est soumis à plusieurs vagues de canicules ces derniers étés.

Le vélo (dans toutes ces déclinaisons, DH, VAE, route etc), arrive en deuxième position, avec la moitié des individus qui ont répondu favorablement au fait de pratiquer ou de découvrir cette activité. Il est donc primordial de connaître l'avis des vttistes sur l'entretien des pistes : Que ce soit sur l'entretien, la signalétique, la sécurité ou encore de savoir si les pistes sont bien adaptées.

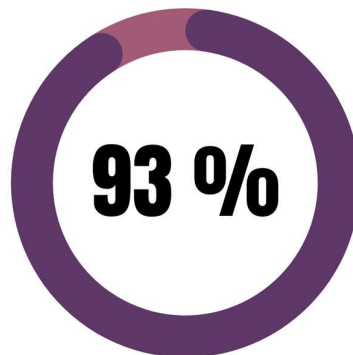
Au niveau de la préparation, du nettoyage et de la sécurité des pistes, le travail est :



Dans la globalité, on retrouve une réelle satisfaction des vttistes pour la préparation, le nettoyage et la sécurité des pistes.

1.2.2 La vision des touristes sur la destination d'Ax-les-Thermes

Êtes-vous d'accord pour dire que la destination d'Ax-les-Thermes est propice au ressourcement ?



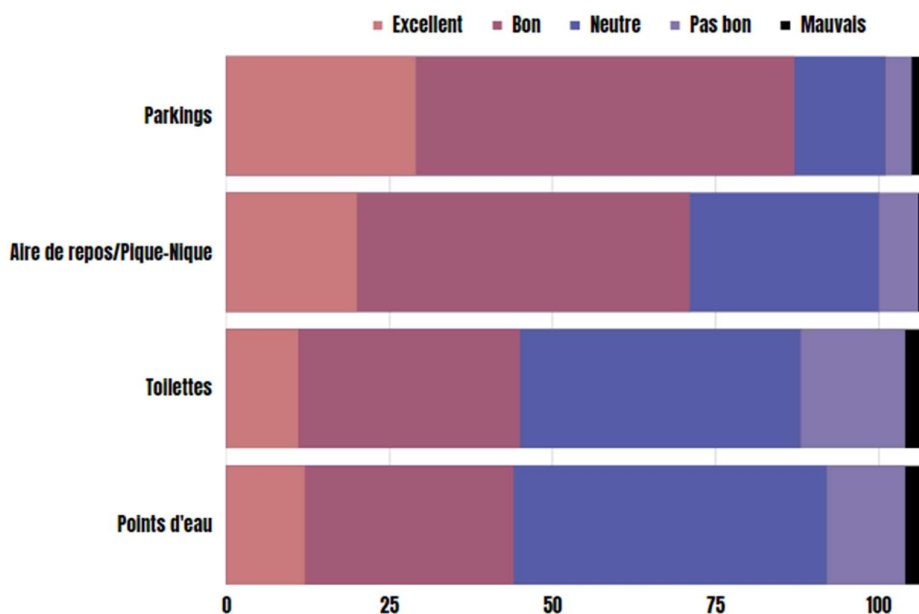
ont répondu oui

La question ouverte « Comment qualifieriez-vous l'environnement sur Ax 3 Domaines ? » a ensuite été posé :

Les adjectifs que l'on retrouve le plus sont : agréable (7 personnes), calme, ressourçant, tranquillité des vacances, reposant, rafraîchissant, paisible et relaxant. On retrouve l'utilisation des mots suivants : Endroit agréable et respirable, « *un cadre naturel exceptionnel* », « *havre de fraîcheur* ». La plupart des sondés associent le ressourcement avec la déconnexion, le fait d'être au cœur de la nature et de pouvoir avoir un vrai bol d'air frais.

L'utilisation des remontées mécaniques l'été est majoritairement utilisée par ceux qui pratiquent la randonnée ou le VTT. Cela évite de devoir prendre la voiture entre Ax-les-Thermes et le plateau de Bonascre. Bien que la grande majorité privilégie la voiture pour monter car cela permet d'être plus libre sur l'heure d'arrivée. A contrario des heures d'ouvertures des remontées mécaniques qui peuvent parfois poser problème, notamment pour la télécabine du Baou qui est fermé entre midi et deux.

Comment jugez-vous les services annexes ?



La vision des sondés pour le territoire passe aussi par leur jugement des infrastructures publiques, nous leurs avons demandé de les jugées selon s'ils les trouvent « excellentes », « bonnes », « neutre », « pas bonnes », « mauvaises ». Dans l'ensemble, les clients sont satisfaits des parkings, notamment grâce à leur gratuité. L'avis sur les aires de pique-nique/repos est favorable aussi. Les toilettes publiques restent plutôt d'avis neutre que bon car ces dernières restent assez nombreuses par rapport à la fréquentation de l'été. Les points d'eau sont jugés « neutres » pour 48 personnes, cela s'explique tout simplement par le fait qu'il n'y en a pas assez et qui ne sont pas assez satisfaisants pour la plupart des clients.

2. Diversifier les activités touristiques

Si nous partons du principe que la station d'Ax 3 Domaines à besoin de raisonner à l'échelle d'une destination, il faut donc que l'offre touristique aille dans ce sens.

2.1 Développer des offres itinérantes à travers la destination

Nous avons pu voir que la randonnée est au cœur des activités phares des vacanciers l'été, et pour ceux qui ne ski pas l'hiver. L'itinérance serait donc un excellent moyen pour évoluer au sein d'un territoire. Si le territoire s'inscrit dans une démarche de mutualisation et de travail collectif, alors des offres pourraient être proposées dans ce sens. Une tentative de mise en commun d'offres de randonnée sur la station à failli voir le jour sur la station uniquement. Ces offres étaient composées de circuits pour débutants et intermédiaires, accompagnés de guides de randonnées par le bureau des guides, ainsi qu'une offre de découverte de Bivouac. Malheureusement, cette tentative de mutualisation des connaissances n'a pas pu aboutir faute de budget. Cela remet en question le but de pouvoir mutualiser des connaissances et des offres, qui ne devrait pas se cantonner uniquement à la station mais plutôt au sein d'une destination. L'exemple de l'itinérance serait judicieuse d'avoir une structuration commune à l'échelle de l'ensemble

des stations. Lorsque l'on parle de l'ensemble des stations ici, il s'agit des stations de la SAVASEM, à savoir Ax 3 Domaines, les Monts d'Olmes et Guzet.

2.2 Développer une dynamique commerciale

Le centre-bourg de la commune d'Ax-les-Thermes contient de nombreux commerces. Et la vacance commerciale y est faible, c'est-à-dire que les locaux commerciaux trouvent généralement une nouvelle activité commerciale. Autrefois, l'association des commerçants permettait de fédérer les commerces autour d'événements (braderies, fêtes locales, marchés nocturnes etc.). Mais malheureusement cette dernière a cessé ses activités au milieu des années 2010.

Figure 35 : Fiche opérationnelle "Développer une dynamique commerciale"

| |
|--|
| Développer une dynamique commerciale |
| Niveau de priorité : Moyen |
| Descriptif de l'action : L'objectif ici est de fédérer les commerçants autour de la reconstruction de l'association avec des éléments moteurs. En parallèle, la commune et la CCHA accompagneront les commerçants dans leurs actions d'animation commerciale du centre-bourg, tout en se chargeant de proposer des actions d'animation à mettre en place conjointement, sur le long terme. |

Cette action a débuté par la rencontre de potentiels commerçants qui sont susceptibles de s'investir dans la démarche. En Haute-Ariège, l'offre commerciale se concentre en grande partie sur Ax-les-Thermes. La commune jouit d'une importante aire de chalandise relativement importante. En effet, elle se retrouve au carrefour de plusieurs vallées isolées, le long d'un axe transnational avec l'Andorre, ce qui lui confère une localisation intéressante pour sa dynamique commerciale. La clientèle comprend aussi bien les habitants ou les touristes en villégiature, que la clientèle de passage. Ces conditions ont permis aux commerces axéens de rester nombreux tout en offrant une réelle diversité

commerciale. C'est un enjeu fort pour la commune, que ce soit au niveau touristique qu'en termes d'attractivité résidentielle.

3. Organiser une offre de destination du territoire

Le but de l'offre de destination est de promouvoir non pas une station de ski, mais un véritable territoire à part entière. Le but ici est de pouvoir intégrer les stations au sein d'un collectif. Notamment par rapport aux stations de la Savasem, à savoir Ax 3 Domaines, les Monts d'Olmes et Guzet. Mais aussi Ascou. Elle garde leur propre identité, mais qui reste plus ou moins marquée, dont certaines sont plus évocatrices que d'autres pour les touristes et visiteurs. Cela peut être un avantage pour l'ensemble du territoire, car toutes les stations peuvent profiter de la notoriété de celles dont l'image est la plus forte et/ou l'imaginaire touristique est le plus marqué. On peut voir aujourd'hui que les stations de l'Ariège avec les plus petites échelles, restent bien souvent les plus éloignées. Bien qu'elles aient un fonctionnement et un positionnement propres à chacune d'elles, un projet commun dans lequel elles seraient toutes impliquées serait le bienvenu. En effet, la diversité des stations fait leur complémentarité, il faudrait donc pouvoir s'appuyer sur cela pour construire un ensemble cohérent et durable.⁴⁰ Il convient donc de travailler de manière mutualisée et concertée. Ce travail mutuel permet à la concurrence d'exister entre les stations et de pouvoir être transformée en complémentarité. Le but est qu'elles puissent s'appuyer sur leurs différences et points forts de chacune pour construire une image commune. Mais pour que cela fonctionne, il faut que les stations donnent l'image qu'elles travaillent ensemble et que le touriste puisse s'en rendre compte sur le territoire. L'objectif de ce scénario est de pouvoir mettre en place une gouvernance dite « à la carte », qui laisserait une liberté aux stations dans leur gestion.

3.1 Mutualiser les compétences techniques sur le territoire pour construire une destination

Le but de mutualiser des compétences techniques, tel que le matériel et les équipements nécessaires aux activités touristiques est de permettre éventuellement d'acheter moins de matériel pour les répartir sur les stations en fonction des besoins propres à chaque station.

3.2 Partager et mutualiser la compétence communication

Aujourd'hui, la communication pour les trois stations de la SAVASEM n'est pas commune, or cette compétence devrait être gérée de manière collective, par une seule entité. Cela devrait être le rôle des Offices du tourisme de pouvoir être le support de la promotion territoriale. Les Pyrénées Ariégeoises pourraient communiquer pour le périmètre de chaque station. Il y a aussi le fait de pouvoir gérer les réseaux sociaux de façon commune aux trois stations qui serait judicieux : En effet, pour les sites Internet de chaque station, on retrouve une cohérence des chartes graphiques, avec chaque campagne propre à chaque station. Mais la cohérence au niveau des réseaux sociaux n'est pas encore faite. En effet, il s'agirait de pouvoir mutualiser dans un premier temps les publications sponsorisées. Et garder une même cohérence dans les campagnes fournies par l'agence web Tao.

3.2.1 Sortir de l'image du "tout-sport"

Lors des résultats des outils méthodologiques exposés dans les chapitres précédents, Ax 3 Domaines a parfois du mal à sortir d'une image très sportive, notamment avec le VTT qui n'était avant quasiment que le cœur de l'image l'été sur la station. Cette année, cela a été mon rôle de pouvoir valoriser les atouts du territoire, pour montrer qu'Ax 3 Domaines l'été ce n'est pas que du VTT, mais bien d'autres activités adressées à une clientèle variée. Pour cela, le territoire peut repositionner son offre sur le

marché. Pour cela, il faut définir les orientations de la stratégie. Tout d'abord en passant par un mix marketing :

Dans la gamme des produits, on peut retrouver une variété de séjours qui peuvent être de façon différente tel que :

- Ressourcement
- Bien-être
- Contemplation
- Mobilités douces
- Gastronomique
- Festif
- Culturel
- Romantique
- Sportif

Un renforcement de l'image montagnarde est envisagé en mettant en avant principalement la nature, les paysages, le grand air, les sommets, le panorama, les chemins de randonnées etc. Les activités de montagne, telles que les remontées mécaniques, les balades, les animations pour petits et grands, la piscine etc.

Les services de proximité : les hébergements et restauration ; commerces de première nécessité ; Commerces de loisirs (loueurs, vêtements, décoration, artisanat, etc.) ; Déplacements (navettes, remontées mécaniques, train).

Au niveau du prix, on peut s'appuyer sur l'accessibilité des vacances en montagne à petits prix :

- Des offres promotionnelles
- Des conditions de paiement et de réservation simple
- Des offres packagées pour profiter des nombreuses activités de plein air gratuites
- Des hébergements moins coûteux que sur les littoraux

En termes de distribution des moyens humains il y aurait les offices de tourisme, les mairies, les commerces et les infrastructures de loisirs. Les moyens digitaux de distribution les plus courants seraient les sites internet, les réseaux sociaux et les

plateformes de réservation. Un des axes à envisager est le storytelling et l'expérientiel pour les activités.

L'identité visuelle est aussi à prendre en compte (charte graphique, logos, campagnes fournies par l'agence web Tao, slogan).

Chapitre 3 : Vers un territoire vivant et habité

1. *Faire du tourisme un levier au service du développement territorial.*

Ce dernier scénario met en avant le fait que le territoire a besoin d'imaginer son développement autrement qu'à travers le tourisme. Même si c'est ce dernier qui permet, en grande partie de pouvoir se développer, cela doit être fait en prenant en compte tout ce qui le compose.

1.1 *Une approche systémique du territoire*

L'approche systémique permet de comprendre que le territoire est un système, dont tous les éléments qui le composent doivent concorder pour fonctionner. En effet, l'approche systémique mise en avant ici tend à dire qu'il est difficile de ne s'intéresser qu'au tourisme. Bien que ce dernier reste l'axe principal de développement des différents scénarios, il ne représente qu'un aspect du territoire. Bien évidemment, la question de la saisonnalité ne se pose pas concernant un territoire. Ce dernier doit être vivable et durable pour sa population tout au long de l'année.⁴⁵ Son développement ne devrait pas être

⁴⁵ Albert Solène, *Les territoires de moyenne montagne face au changement climatique : une transition nécessaire pour un avenir durable ? Le cas des stations des Pyrénées-Orientales*. Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement, Foix : Université Toulouse Jean Jaurès, ISTHIA 2020, 147p

saisonnier, car le territoire continue d'exister lorsque les touristes n'y sont pas présents.

1.2 Vers une destination aimée et reconnue

C'est toute l'approche systémique qui va conduire à pouvoir construire une réelle destination touristique. Cette dernière doit pouvoir être reconnue et aimée pour avoir une certaine fidélisation. Dans cette optique, il est intéressant de pouvoir construire l'activité touristique autour d'une image territoriale marquée. Cela passe notamment par une réorganisation des offres sur le territoire, ainsi que ces animations. Il y a tout un travail marketing qui doit aussi être fait pour construire cette identité. Tel qu'une identité visuelle, ou encore un nom évocateur.⁴⁶ La destination doit être perçue comme telle au sein même du territoire et des stations.⁴⁶ Dans ce sens, elle ne doit pas être simplement une image véhiculée. Son identité visuelle qui est choisie doit être visible et claire, pour que les touristes et les visiteurs comprennent que s'ils viennent dans une station en particulier, ils sont aussi sur une destination.⁴⁶ Cette dernière doit donc être animée et dynamique le plus possible. Des pistes de structuration de politique d'animation sont envisagées pour les stations de la SAVASEM. Les objectifs de cette fiche action sont :

- Faire en sorte que les évènements/animations permettent de mettre en avant tous les atouts du territoire et de les mettre en lien.
- Faire en sorte de positionner le territoire comme une « destination touristique » à part entière.
- Renvoyer une image dynamique et active du territoire
- Mener une politique commune en intégrant toutes les stations du territoire

⁴⁶ Albert Solène, *Les territoires de moyenne montagne face au changement climatique : une transition nécessaire pour un avenir durable ? Le cas des stations des Pyrénées-Orientales*. Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement, Foix : Université Toulouse Jean Jaurès, ISTHIA 2020, 135p

Figure 36 : Fiche opérationnelle "Structurer une politique d'animation globale et commune à l'ensemble des stations"

| |
|--|
| Structurer une politique d'animation globale et commune à l'ensemble des stations |
| Niveau de priorité : Fort |
| Maîtres d'ouvrages : L'ensemble des stations de la SAVASEM (Ax 3 Domaines, Guzet, Mont d'Olmes) et/ou l'EPCI des Pyrénées Ariégeoises. |
| Acteurs concernés : Différentes stations, les communs supports aux stations, EPCI Pyrénées Ariégeoises et les offices de tourisme |
| <p>Descriptif de l'action :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Analyser l'identité de chaque station (Ax 3 Domaines, Guzet et Mont d'Olmes) ainsi que leur politique d'animation respective. Par la suite, le but serait d'avoir une concertation entre les acteurs concernés (tel que les socioprofessionnels, prestataires touristiques, directeurs de stations office de tourisme, etc.) pour établir une stratégie commune. ● Pour créer une destination à part entière, il faut pouvoir proposer des parcours/ séjours que l'on retrouve dans chaque station, en jouant sur leur complémentarité. Voici quelques animations envisageables : <ul style="list-style-type: none"> - Randonnées contemplatives animées par des guides, avec la découverte de la faune et de la flore de montagne, avec pique-nique et produits locaux. - Le sport santé bien-être est une thématique à mettre en place avec des activités sportives en station selon différents thèmes tel que le yoga, fitness, marche nordique, trail, raquettes, etc.) - Des séjours pour des colonies de vacances au ski, qui serait mis en place aussi en dehors de la saison hivernale. ● La promotion et la communication de ces animations et événements devra passer par les réseaux sociaux, d'abord de chaque station, puis par une page commune qui pourrait être nommée "Destination Montagnes d'Ariège", avec la création d'une page Instagram à son effigie. Le relai de toutes les informations relatives aux événements se ferait via les Offices de |

tourisme (Affichages, flyers, etc).

1.2.1 Audit sur l'avenir d'Ax Animation

Ax-les-Thermes a la chance de bénéficier d'une association permettant d'avoir des animations sur toute l'année. L'attractivité du territoire d'Ax-les-Thermes se tient par l'animation culturelle et festive qui sont des composantes essentielles. Une programmation éclectique doit être de mise et pas seulement culturelle. L'organisation de manifestation à destination des publics touristiques et résidents est donc nécessaire pour le territoire et la commune.

Figure 37 : Fiche opérationnelle "Aménager et équiper des lieux permettant l'accueil d'activités et d'informations tout au long de l'année"

| |
|--|
| Aménager et équiper des lieux permettant l'accueil d'activités et d'animations tout au long de l'année |
| Niveau de priorité : Fort |
| Maître d'ouvrage : Commune d'Ax-les-Thermes ; Collectivité territoriale ; Ax Animation ; Établissement Public Administratif |
| Descriptif de l'action : La municipalité souhaite renforcer son soutien à la structure en lui proposant de devenir un Établissement Public Administratif (EPA) en 2013. Ce qui permet à Ax Animation de garder son autonomie morale et financière. Ce qui permet à la structure développe ainsi au fil des ans, de nouveaux projets pour enrichir sa programmation annuelle. Les années sont passées et le modèle de fonctionnement pour préparer la prochaine saison culturelle est à interroger. Ax Animation a fait face à des difficultés qui sont apparues ces dernières années, notamment avec le turn over au niveau du personnel, qui ont pu leur porter préjudice dans leurs actions, tel que le fait qu'il n'y a pas de directeur aujourd'hui. C'est pour cette raison que la commune aurait besoin de l'avis de la population et des professionnels du tourisme quant à leur vision sur l'animation culturelle et |

l'organisation d'Ax Animation qui la pilote.

Ainsi, on pourra se poser la question de laisser la structure à son autonomie ou de pouvoir créer un pôle animation culturelle au sein de la mairie, en interne avec des salariés par exemple. C'est pour ces questions que l'idée de lancer un audit de la structure, évaluer sa communication, ses actions, son mode de fonctionnement interne, évaluer l'intérêt d'embaucher un directeur de structure (tel que créer une fiche de poste si nécessaire), et évaluer la perception des actions de la structure auprès du public etc. La mairie s'est donc chargée de pouvoir solliciter auprès de la Banque des Territoires un marché à bon de commande « Montage et modalités de gestion de projets », afin de pouvoir mobiliser des moyens financiers pour commander un audit global de la structure. Cette demande de la commune a donc été entendue. C'est le bureau d'étude «360 », partenaire de la BDT qui est mobilisé pour la réalisation de cet audit. À l'automne 2023 : il y aura la prise en considération de l'audit et la préparation de la saison culturelle 2024.

Ainsi, on peut voir que les animations à l'année hors périodes de vacances (cinéma, théâtre, spectacles, concerts etc.) font vivre l'ensemble de la Haute-Ariège. Cette offre inédite sur le territoire mérite d'être renforcée pour continuer de participer au rayonnement du pôle culturel communal sur le territoire valléen.

2. Le tout-ski, c'est peut-être fini

2.1 Ne pas poursuivre des investissements à court-terme

Il est important aujourd'hui de ne pas poursuivre certains investissements et installations de la station de ski pour garder une vision sur le long terme. Certains de ces investissements ne sont là que pour garder viable l'activité ski uniquement pour quelques années de plus. Les stations de l'Ariège pourraient à l'avenir favoriser la structuration d'activités qui soient davantage résilientes face au changement climatique.

2.2 Des offres digitalisées et packagées

L'objectif ici est de pouvoir créer des offres packagées, dans le but d'une restructuration des activités touristiques, notamment avec le repositionnement du ski. Il est nécessaire de ne pas laisser l'activité ski s'éteindre, sans proposer autre chose pour tenter de pallier des manques en termes d'emplois locaux. Le but de ces offres dites « packagées », est de permettre de cumuler les activités à pratiquer sur le territoire. Tel que nous l'avons proposé pour la station de ski d'Ax 3 Domaines cet été, avec le pass loisirs (cf. la deuxième partie). Cet axe de positionnement est dans l'optique de pouvoir sortir du « tout-ski », tout en mettant en œuvre un panel d'activités disponibles.

Figure 38 : Fiche opérationnelle "Structurer des activités touristiques dans des offres packagées"

| Structurer des activités touristiques dans des offres packagées |
|--|
| Niveau de priorité : Médian |
| Maîtres d'ouvrages : Stations de ski, socioprofessionnels, Office de tourisme |
| Descriptif de l'action : Il faut d'abord pouvoir recenser toutes les activités et les services qui sont susceptibles de s'inscrire dans la démarche : Il faut dans un premier temps solliciter et intégrer les stations (pour les activités qu'elles proposent), les prestataires touristiques ainsi que les socioprofessionnels. Pour chaque station, il faudra analyser les offres proposées en fonction des activités, des dates d'ouverture sur l'année, des horaires, des tarifs etc. <ul style="list-style-type: none">● Les offres construites sous forme de "packages" : Lorsque le recensement sera établi, il ne manquera plus qu'à rassembler des activités et/ou des services selon certaines thématiques. Chaque thématique sera accompagnée de séjours proposés avec des activités identifiées.● Exemples de séjours thématiques :<ul style="list-style-type: none">- Séjour sportif type "Tout VTT", avec un parcours itinérant pour pratiquer le VTT dans les Bike Park et sur les pistes aménagées dans les différentes |

stations.⁴⁷

- Séjour familial “A la découverte des lacs de montagne”, construit autour de randonnées et de balades parcourant les lacs du territoire (les étangs de fontargente, lac de flagebelle, étang de comte, lac de montbel, la réserve d’Orlu, etc.). Ce séjour inclut l’hébergement, le guide accompagnateur pour les randonnées (indispensable pour des raisons de sécurité).⁴⁷
- Séjour culturel “Remonter le temps”, avec un parcours construit autour des lieux culturels emblématiques du territoire, en partenariat avec le SESTA (Service d’exploitation des sites touristiques de l’Ariège). Ce séjour inclut également l’hébergement.
- La commercialisation et la promotion de ces formules dites “packagées” se réaliseraient sous forme de partenariats entre les prestataires du territoire pour proposer une offre globale. La commercialisation des produits passerait principalement par les Offices de tourisme.

Ces offres packagées doivent aussi pouvoir se retrouver digitalisées, dans une aire où l’informatique prend une place considérable, les opérateurs touristiques doivent s’adapter, notamment en digitalisant leur offre, avant, pendant et après le voyage pour simplifier le parcours client. Avant la réservation, il faut que le client puisse retrouver toutes les informations qui sont nécessaires à son voyage. Le mieux est d’avoir un seul canal d’information.

Ce dernier pourrait fonctionner grâce à des outils d’intelligence artificielle par exemple, qui pourraient personnaliser l’offre en fonction de la demande. Comme c’est déjà majoritairement le cas dans de nombreux monuments touristiques, il faut pouvoir mobiliser des outils à destination des smartphones. Tel que l’utilisation de QR codes permettant d’accéder à des plans de randonnées, de vtt, aux restaurants ouverts, aux systèmes de transport, etc. Avant de choisir une offre, les offices pourraient proposer des

⁴⁷ Albert Solène, *Les territoires de moyenne montagne face au changement climatique : une transition nécessaire pour un avenir durable ? Le cas des stations des Pyrénées-Orientales*. Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement, Foix : Université Toulouse Jean Jaurès, ISTHIA 2020, 149p

visites en réalité virtuelle ou augmentée, pour se rendre compte de l'activité en question avec des simulateurs de luge d'été ou de vélo de route. Après le séjour, les questionnaires de satisfaction seraient à retrouver en ligne (tel que le fait déjà la station d'Ax 3 Domaines, avec des QR codes mis en place au niveau de la billetterie d'été, qui donnent accès directement aux questionnaires de satisfactions spécialement pour l'activité du VTT et une enquête de satisfaction générale de la station). Les newsletters et les réseaux sociaux sont aussi à retrouver comme moyens de fidéliser le visiteur à la fin de son parcours client.

3. *Aller vers une gouvernance intégrée à l'ensemble du territoire*

Cette dernière sous-partie relate de la gestion des stations où la gouvernance n'est pas relative à cette dernière, mais plus particulièrement à celle du territoire.

3.1 *Vers une gestion intégrée des stations*

Ce scénario tend à imaginer une structuration bâtie autour d'une organisation commune avec une seule et même direction. On parle d'une gestion dite "intégrée". Cela impliquerait un directeur d'exploitation pour chaque station, même si leur gestion serait commune. Cela tendrait à imaginer un schéma de gouvernance dans lequel une structure serait gestionnaire et aurait des actionnaires privés et publics. En effet, il vaut mieux que cette structure soit privée, pour ne pas dépendre du système public.⁴⁸ Cette gestion serait judicieuse dans le but de pouvoir reconduire les projets tout en gardant les mêmes élus. En effet, ces derniers sont tenus par une durée des mandats. Une structure privée semblerait donc être une option pertinente. Dans la finalité, ce modèle de

⁴⁸ Albert Solène, *Les territoires de moyenne montagne face au changement climatique : une transition nécessaire pour un avenir durable ? Le cas des stations des Pyrénées-Orientales*. Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement, Foix : Université Toulouse Jean Jaurès, ISTHIA 2020, 159p

gouvernance doit permettre d'intégrer les projets politiques portés et menés sur le territoire.

3.2 Partager le modèle économique du territoire

L'ensemble du territoire et les enjeux qui y sont liés doivent aller bien au-delà du domaine du tourisme, notamment vis-à-vis de la gouvernance. Cela concerne notamment l'économie du territoire. Les communautés de communes qui sont porteuses de la gouvernance territoriale doivent avoir les compétences nécessaires autant dans le domaine du développement économique que du tourisme. Mais ces collectivités ont leurs limites, publiques, elles peuvent limiter la continuité de certains projets sur le long terme. Bien que leur fusion permettrait de travailler dans une direction unique avec les intérêts de l'ensemble du territoire.

CONCLUSION DE LA PARTIE 3

Cette troisième et dernière partie a permis de dégager des scénarios alternatifs concernant le développement du territoire d'Ax-les-Thermes et de sa station de ski d'Ax 3 Domaines. Le but a été de pouvoir valider ou invalider les hypothèses qui ont été émises en deuxième partie. Le constat serait de partir vers une transition plus globale pour le territoire, pour qu'ils ne perçoivent pas le tourisme comme l'unique perspective d'avenir.

La première hypothèse imaginait qu'il faille une organisation de l'activité touristique à l'année. Le but a été de pouvoir mettre en avant les limites du système touristique qui est basé sur le tout-ski et sur la saisonnalité. Les propositions faites pour les trois scénarios ont suggéré le développement du tourisme à l'année.

La deuxième hypothèse invitait à penser que la station ne doit plus être le système unique de l'activité touristique. En effet, selon les analyses de ce qu'aimerais la clientèle en été et des changements des modes de consommation, il est nécessaire de travailler le périmètre au-delà de la station ainsi que le territoire à plus large échelle. Cette deuxième hypothèse a elle aussi été validée.

Pour aller vers une transition durable des territoires de moyenne montagne et pouvoir pallier à la saisonnalité et aux nouvelles demandes des consommateurs, la mise en place d'une gouvernance adaptée est nécessaire. Tout en ayant un cadre juridique et une définition des compétences à mutualiser. Bien qu'il soit évident d'établir le mode de gouvernance après avoir structuré l'ensemble des activités et des projets. Cette hypothèse est aussi validée.

Ce sont finalement les trois hypothèses qui sont validées par rapport au développement des différents scénarios émis. Ces trois idées développées conviennent d'être considérées conjointement pour tendre vers une transition durable des territoires de moyenne montagne.

CONCLUSION GÉNÉRALE

L'ensemble de ce travail, qui a pu s'appuyer sur le territoire d'Ax-les-Thermes et sa station de ski Ax 3 Domaines, a permis de mettre en avant un certain nombre de concepts, d'idées et de réponses au regard de la question posée au départ. Nous avons pu nous questionner sur l'évolution du secteur touristique dans les territoires de montagne, tout en sachant que la transition ne concerne pas que ce domaine, bien au contraire. En effet, les territoires de moyenne montagne forment un système dans lequel tout est lié.

On retrouve le changement climatique qui est un élément majeur qui vient accélérer la transition de ces territoires. En effet, les stations de montagne sont particulièrement touchées par le changement climatique. Que ce soit en termes de déséquilibre économique, social et surtout environnemental. Une mutation de ces lieux est donc nécessaire et interroge leur pertinence. Une station en tant que telle nécessite de prendre en compte qu'elle représente un territoire habité, qu'il convient de développer dans ce sens. Le tourisme doit donc être considéré comme un levier en faveur du développement territorial. Effectivement, le tourisme ne représente qu'une seule partie du système global. Mais pour qu'il perdure, il est nécessaire que tout ce qu'il le compose soit pris en compte. La transition doit être globale pour qu'elle devienne durable.

Les changements des modes de consommations dans les territoires de montagnes sont la conséquence directe et indirecte de plusieurs facteurs externes. Tel que le développement du télétravail ou encore lors de l'année du Covid, qui a permis aux consommateurs de se pencher et de s'intéresser davantage à la saison estivale en montagne.

Concernant le territoire d'Ax-les-Thermes et les stations de la SAVASEM, il est nécessaire d'avoir une concertation et un partage des compétences entre l'ensemble des acteurs territoriaux pour avoir un avenir durable. Les scénarios et

les « fiches actions », sont des pistes de réflexion sur ce qui doit être pris en compte au niveau de la ville d’Ax-les-Thermes ou à destination du territoire. Certaines de ces pistes de réflexions ont déjà des réponses et sont déjà dans une démarche en cours pour développer certaines actions et études. Cette étude peut être un signal d’alerte pour avertir qu’il est temps de pouvoir travailler main dans la main pour avancer dans des projets d’avenir de façon pérenne. Les stations de la SAVASEM, ou bien seulement la station d’Ax 3 Domaines doivent développer leur modèle d’activité touristique de manière à ce qu’elles servent les intérêts du territoire et non plus seulement ceux de la station en question. D’autres activités sont donc à envisager pour compléter l’offre déjà existante.

Ce travail de réflexion tend à nous demander quel avenir nous souhaitons pour les territoires de moyenne montagne. Bien évidemment, nous savons que le tourisme est nécessaire à ces territoires pour pouvoir perdurer. En revanche, ces derniers ne doivent pas uniquement répondre de cette activité pour laquelle ils sont pour le moment dépendants. Il faut que les territoires de montagne soient développés et considérés comme des territoires vivants et habités. L’urgence est bien là et le changement climatique ne va pas attendre, c’est pourquoi des choix doivent être fait dès maintenant.

BIBLIOGRAPHIE

Alain Decrop, "Le touriste consommateur : un caméléon...", *Mondes du Tourisme*, 3 | 2011, 4-13.

Albert Solène, *La bisaisonnalité dans les territoires de montagne*. Mémoire de Master 1 Tourisme et Développement, Foix : Université Toulouse Jean Jaurès, ISTHIA, 2018-2019, 117p.

Albert Solène, *Les territoires de moyenne montagne face au changement climatique : une transition nécessaire pour un avenir durable ? Le cas des stations des Pyrénées-Orientales*. Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement, Foix : Université Toulouse Jean Jaurès, ISTHIA 2020.

Anaïs Comet, « Les établissements thermaux d’Ax-les-Thermes (Ariège) », Patrimoines du Sud <https://dis-leur.fr/lariege-en-exemple-avec-la-compagnie-des-pyrenees-les-stations-esperent-un-avenir-meilleur/>

Arnaud Jean-Michel. Développement en montagne : jouer local ! *Revue Espace*, 2021, no 362, p. 111-114.

Barrioz Anne. Vivre en montagne : Un défi ?. *Revue Espace*, 2022, Hors-série, p. 22-27

Briffod Emilie. Coronavirus : huit milliards de pertes pour les territoires de montagne à cause de la crise sanitaire. France Bleu, 23-02-21. [en ligne]. Disponible sur <https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/coronavirus-8-milliards-de-pertes-pour-les-territoires-de-montagne-a-cause-de-la-crise-sanitaire-1614069259>. (Consulté le 07-03-2022).

BUTLER R.W., 1994. – "Seasonality in Tourism: Issues and Problems". In A. Seaton (ed.) *Tourism: The State of the Art*. Chichester, Wiley, p. 332-339.

CCI Occitanie, étude sur les comportements d’achats des ménages en Occitanie - 2020 (AID Observatoire).

Communiqué de presse, « Saison d’été en montagne Avec une fréquentation au même niveau que 2021, les stations de montagne confirment leur dynamisme en répondant aux nouvelles attentes des vacanciers », 01/09/2022.

Convention Cadre Petites Villes de Demain et ses annexes valant Opération de Revitalisation de territoire (O.R.T), Ax-les-Thermes, Communauté de Communes de la Haute-Ariège, juillet 2023.

Corinne Eychenne, « Le pastoralisme entre mythes et réalités : une nécessaire objectivation - l’exemple des Pyrénées », *Géocarrefour* [En ligne], 92/3 | 2018, mis en ligne le 15 novembre 2018, consulté le 01 août 2023.

Chazaud Pierre. Saisonnalité et aménagement du temps. *Revue Espace*, 1991, no 109, p5-7.

Clivaz Christophe, Gonseth Camille, Mastasci Cecilia. *Tourisme d'hiver : Le défi climatique*. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes, 2015, 131p.

Christophe Clivaz, Camille Gonseth, Cecilia Matasci. *Tourisme d'Hiver*. Suisse : Le Savoir Suisse, 2015, p. 49

Colin Anais. *L'effet du réchauffement climatique sur le tourisme en montagne, comment s'y adapter, exemple du territoire Luchonnais*. Mémoire de Master 2 Aménagement et développement transfrontalier de la montagne. Toulouse : Université Toulouse Jean Jaurès.

Desmas Margot et Habran Vincent. *On assiste à des chutes [...] éboulements, France 3 Auvergne Rhône Alpes, 15-07-22*. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3PwwH5h>. (Consulté le 10-06-23).

Dossier Haute-Savoie Magazine. *Le tourisme 4 saisons, nouveau défi des stations* [en ligne]. Disponible sur <http://ucalaclusaz.fr/documents/Les%20stations%204%20saisons.pdf> (Consulté le 24/04/23).

«De nouveaux indicateurs pour mesurer autrement sa performance touristique » <https://tourisme-en-transition.fr/indicateurs-mesurer-autrement-performance-touristique/>

Didier Richard, Emmanuelle George-Marcelpoil et Vincent Boudières, « Changement climatique et développement des territoires de montagne : quelles connaissances pour quelles pistes d'action ? ».

Dossier Haute-Savoie Magazine. *Le tourisme 4 saisons, nouveau défi des stations* [en ligne]. Disponible sur <http://ucalaclusaz.fr/documents/Les%20stations%204%20saisons.pdf> (Consulté le 24/04/23).

Franck Delorme, « Du village-station à la station-village. Un siècle d'urbanisme en montagne », *In Situ* [En ligne], 24 | 2014, mis en ligne le 22 juillet 2014, consulté le 12 juin 2023. URL : <http://journals.openedition.org/insitu/11243> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/insitu.11243>

Journal of Alpine Research | Revue de Géographie alpine [En ligne], 98-4 | 2010, mis en ligne le 27 janvier 2011, consulté le 22 août 2023. URL : <http://journals.openedition.org/rga/1322> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rga.1322>

Franceinfo. *Station : à la reconquête des jeunes*. [en ligne]. Disponible sur https://www.francetvinfo.fr/meteo/neige/stations-de-ski-a-la-reconquete-des-jeunes_3853845.html. (Consulté le 03-04-2023)

Futura Planète. Effondrement du glacier en Italie : que s'est-il passé ?, 09-07-22. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3ckH3a0>. (Consulté le 09-06-23)

Futura Planète. Images impressionnantes de l'effondrement soudain d'un glacier au Kirghizistan, 14-07-22. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3aF414N> (Consulté le 09-06-23).

Fux Willy et Sanquer Adrien. Domaines skiables et ports de plaisance : des destins parallèles?. *Revue Espace*, 2020, no 357, p. 16-23.

Geffroy Morgane. *La monoactivité hivernale des territoires de montagne*. Mémoire de Master 1 Tourisme et Développement. Toulouse : Université Jean Jaurès, ISTHIA, 2021, 131p.

Geffroy Morgane. *De la reconnaissance de la monoactivité touristique hivernale vers une montagne à l'année. Le cas du territoire Les 3 Vallées, Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement*. Toulouse : Université Jean Jaurès, ISTHIA, 2022, 63p.

Métabief, Céüze, Serre Chevalier, quand les stations entament leur mue, *Espaces Hors-série* février 2022. Éliane Patriarca. p 67-68

« Le marché immobilier confirme sa résilience et bat de nouveaux records », Communiqué de presse de la FNAIM du 12/01/2022, <https://www.fnaim.fr/communiquedepresse/1810/10--conjoncturele-marche-immobilier-confirme-sa-resilience-et-bat-de-nouveaux-records.htm>
"Le pastoralisme en Ariège", Fédération pastorale de l'Ariège, *pastoralisme09.fr* [En ligne], consulté le 05 juin 2023.

Les transitions touristiques et territoriales des territoires de montagne, *Espaces* n°362, 2021. EMMANUELLE GEORGE, HUGUES FRANCOIS, LUCAS BERARD-CHENU, LAURA ROUCH Univ-Grenoble-alpes, INRAE-LESSEM. p 80-85

Nicolas Rocher, IA IPR d'histoire-géographie de l'Académie de Clermont-Ferrand, « Tourisme et gestion durable de la montagne ».

Perrin-Malterre, Clémence & Chanteloup, Laine. (2015). La consommation de la nature dans les sports hivernaux.

Philippe Bourdeau, « De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ? », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* [En ligne], 97-3 | 2009, mis en ligne le 09 décembre 2009, consulté le 12 mars 2023. URL : <http://journals.openedition.org/rga/1049> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rga.1049>

Pyrénées. Cette station parmi les plus enneigées de France épinglée pour ses logements | *Actu Occitanie*. (2022, 3 décembre). *actu.fr*. https://actu.fr/societe/pyrenees-cette-station-parmi-les-plus-enneigees-de-france-epinglee-pour-ses-logements_55541403.html

Ismael Vaccaro et Oriol Beltran, « L'espace montagnard comme objet de consommation. Les Pyrénées à l'époque globale », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* [En ligne], 97-3 | 2009, mis en ligne le 11 décembre 2009, consulté le 08 décembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/rga/1081> ;

Rapport d'information n° 15 (2002-2003) de M. [Jean-Paul AMOUDRY](#) , fait au nom de la mission commune sur la politique de la montagne, déposé le 9 octobre 2002

STATIONS DE MONTAGNE : S'ADAPTER POUR GARDER LA COTE. Espaces n°362, 2021. JOËL RETAILLEAU, Directeur général de l'Association nationale des maires de stations de montagne (ANMSM). p95

Sylvie Clarimont, Vincent Vlès. *Tourisme durable en montagne*. Paris : AFNOR, 2007, p.36

Sylvie Clarimont et Vincent Vlès, « Le tourisme pyrénéen face au développement durable : une intégration partielle et hésitante », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* [En ligne], 97-3 | 2009, mis en ligne le 09 décembre 2009, consulté le 22 août 2023. URL : <http://journals.openedition.org/rga/967> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rga.967>

SSIT conseil, «*Montagne : quelles habitudes de consommation en station ?* », *Article en ligne* , 2022, consulté le 15 novembre 2022. URL : <https://www.ssit-conseil.com/montagne-habitudes-consommation-station/>

Tourisme En Montagne : QUELLES TENDANCES D'ICI À 2030 ? Espaces n°362, 2021. ARMELLE SOLELHAC / PDG fondatrice de switch, agence de prospective et stratégie spécialisée dans le tourisme et les sports de plein air, à Annecy. / Auteure de Management et marketing des stations de montagne, presses universitaires du sport. p95

Tourisme. (2019). E-tourisme : l'évolution des modes de consommation des voyageurs. *Pubosphere*. <https://pubosphere.fr/e-tourisme%E2%80%AF-levolution-des-modes-de-consommation-des-voyageurs/>

THOYER Sophie, NAAIM Mohamed, « Changement climatique : quelle stratégie d'adaptation pour les territoires de montagne ? Avant-propos », *Sciences Eaux & Territoires*, 2019/2 (Numéro 28), p. 3-3. DOI : 10.3917/set.028.0003. URL : <https://www.cairn.info/revue-sciences-eaux-et-territoires-2019-2-page-3.html>

Vincent Vlès, « Anticiper le changement climatique dans les stations de ski : la science, le déni, l'autorité », *Sud-Ouest européen*, 51 | 2021, 127-139.

Vincent Vlès, conférence L'adaptation n'est plus une option !, donnée au Carrefour Climat 2020 organisé par le Parc Régional des Pyrénées Ariégeoises)

ANNEXES

ANNEXE A : Guide d'entretien habitant

| Guide d'entretien habitant | | |
|--------------------------------|--|--|
| Appartenance | <ol style="list-style-type: none"> 1. Êtes-vous natif d'un territoire de montagne ? Est-ce le cas de vos parents ? 2. Où habitez-vous précisément ? 3. Êtes-vous heureux d'avoir grandi ici ? Pourquoi ? 4. Êtes-vous fier d'habiter ici ? | <p>Relance Q.1 :</p> <p>> Si non, pourquoi se sont-ils installés ici ?</p> <p>Relance Q.2 :</p> <p>> Dans une station de montagne ? Dans la vallée ? Dans un village ?</p> |
| Implantation définitive ou non | <ol style="list-style-type: none"> 1. A l'avenir, souhaitez-vous rester habiter ici ? Pourquoi ? 2. Qu'est-ce qui vous plaît particulièrement dans le fait d'habiter ici ? 3. A l'inverse, qu'est-ce qui vous plaît moins ? | <p>Relance Q.1 :</p> <p>> Est-ce que vous vous verriez bien vivre ailleurs ? Dans quel type de milieu ? Ville/campagne/montagne/étranger/etc. ?</p> |
| Choix d'installation | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pourquoi avoir choisi de s'installer dans un territoire de montagne ? 2. A la naissance de ce projet d'installation, comment avez-vous imaginé la vie ici ? | |
| Atouts et freins | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pour vous, quels sont les principaux atouts au fait de vivre en montagne ? 2. A l'inverse, quels sont les freins à la vie quotidienne en montagne ? | |
| Nature et environnement | <ol style="list-style-type: none"> 1. La nature ou l'environnement contribuent-ils à vous faire aimer votre lieu de vie ? | <p>Relance Q.1 :</p> <p>> Quel sentiment cela vous procure-t-il ?</p> |

| | | |
|--|--|--|
| Le ski | <p>1. Le ski est-il une des raisons pour laquelle vous aimez vivre ici ? Pourquoi ?</p> <p>2. Est-ce que ce sport doit-être préservé et transmis de génération en génération à votre sens ?</p> | |
| Se déplacer | <p>1. Trouvez-vous facile ou difficile de se déplacer en montagne de manière générale ?</p> <p>2. Quel moyen de transport utilisez-vous le plus ?</p> <p>3. Y a-t-il des transports en commun ? Qu'en pensez-vous ?</p> <p>4. Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ?</p> <p>5. Et qu'est-ce qu'on doit garder et/ou développer ?</p> | <p>Relance Q.3 :</p> <p>> En quantité suffisante ? Des manques ?</p> |
| L'accès aux services | <p>1. De manière générale, comment définiriez-vous l'accès aux services où vous vivez ?</p> | <p>Relance Q.1 si difficile :</p> <p>> Qu'est-ce qui rend l'accès à ces services difficiles ?</p> <p>> Quel(s) service(s) sont les plus difficiles à atteindre ?</p> |
| L'accès aux logements | <p>1. Avez-vous ou avez-vous eu des difficultés à vous loger ? Pourquoi ?</p> | |
| Dynamisme à l'année | <p>1. Est-ce qu'il est facile de vivre toute l'année à la montagne ?</p> <p>2. Est-ce que la montagne est un lieu de vie dynamique ?</p> <p>3. Comment vous désignez l'ambiance, le style de vie ?</p> | <p>Relance Q.1 :</p> <p>> Est-ce qu'il y a une ou plusieurs saisons où il est plus facile de vivre ?</p> |
| Perception du tourisme | <p>1. Que pensez-vous globalement du tourisme ici en montagne ?</p> <p>2. Êtes-vous favorable au tourisme ?</p> | <p>Relance Q.2 :</p> <p>> Ressentez-vous un rejet de la part des montagnards du tourisme ou des touristes ?</p> |
| L'habitant au coeur du système touristique | <p>1. Vous sentez-vous contribuer au tourisme ?</p> | <p>(Hormis de part votre travail ?)</p> |
| | <p>2. Est-ce que ça vous tient à cœur de faire aimer votre territoire ?</p> | <p>Relance Q.3 :</p> <p>> Trouvez-vous un intérêt à visiter un lieu accompagné par des habitants locaux ? Ou est-ce que c'est mieux d'être entouré d'un professionnel du tourisme ?</p> |

| | | |
|-----------------------|--|--|
| Gouvernance nationale | 1. Trouvez-vous que les territoires de montagne soient un sujet important aux yeux de nos politiques nationales ? 2. Les décisions prises sur vos modes de vie sont-elles en accord avec la réalité ? | |
| Gouvernance locale | 1. Êtes-vous satisfait des politiques locales ? 2. Les habitants sont-ils écoutés ? | |

ANNEXE B : Entretien quantitatif

Le questionnaire quantitatif

Section 1 : Profil

- Vous êtes venu : En famille ? Entre amis ? En couple ? Seul ? - Autre
- Comment êtes-vous venu : Voiture ? Train ? Avion ? Bus ? Navette ?
- Quelle a été la durée de votre séjour ? 1 journée ? 2 jours ? 7 jours ? Plus de 7 séjours
- Est-ce la première fois que vous venez sur la station d'Ax 3 Domaines ? Si oui, est-ce que c'est la première fois que vous venez dans la région de l'Ariège ? (Si NON, question suivante)

Section 2 : Vacances d'été à la montagne

- Combien de fois êtes-vous venu(e) ?
- Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi la montagne pour vos vacances d'été ?

Section 3 : Séjour l'hiver

- Êtes-vous déjà venu en vacances l'hiver ? Oui/Non
- Êtes-vous skieur ? Oui/Non
- Si non, quelles sont les activités que vous effectuez ?

Section 4 : L'hébergement/ Restauration

- Où résidez-vous durant votre séjour ? Hôtel, résidence, camping, meublé, chalet, autre
- Quel est la raison de ce choix ? Praticité en termes de transport ?, rapport Q/P ?
- Comment vous restaurez-vous le midi ? Restaurant d'altitude (pour ceux qui sont venus l'hiver), restaurant sur le plateau de Bonascre, restaurants dans la ville d'Ax-les-Thermes, pique-nique, restauration chez l'hébergeur, à domicile.

Section 5 : Activités/ Animations

- Vous préférez : passer des vacances actives (rempli d'activités diverses), plutôt passer des vacances tranquille (sous le signe de la relaxation et du bien-être ou un mélange des deux ?
- Parmi toutes ces activités, lesquelles pratiquez-vous ou seriez vous prêt à pratiquer sur l'été ? Vélo, Randonnée, Via Ferrata, Pêche, Sports d'eaux vives (canotage, rafting...), Escalade, alpinisme, Autre.
- Pratiquez vous du VTT (VAE ou DH) ? Oui/Non (Si oui → "Thème les sentiers et routes de vélo" ; Si non → randonnée")

Section 6 : Les sentiers et routes de vélo

- Pour vous les sentiers sont : Bien entretenus ? Bien signalés ? Bien sécurisés ? Bien adaptés ? (Qualifier chaque item avec "Tout à fait d'accord" ou "Plutôt d'accord" ou "Neutre" ou "Pas d'accord" ou "Pas d'accord du tout")
- Au niveau de la préparation, du nettoyage et de la sécurité des pistes ? (Qualifier cet item avec "Très satisfaisant" ou "Satisfaisant" ou "peu satisfaisant" ou "pas du tout satisfaisant")
- Comment qualifieriez-vous l'accessibilité et les fonctionnalités des remontées mécaniques ? (Qualifier cet item avec "Très satisfaisant" ou "Satisfaisant" ou "peu satisfaisant" ou "pas du tout satisfaisant")
- Au niveau de la signalétique (l'accès, pistes, plans, point de nettoyage vélos, borne de recharge VTTAE ? (Qualifier cet item avec "Très satisfaisant" ou "Satisfaisant" ou "peu satisfaisant" ou "pas du tout satisfaisant")

Section 7 : Randonnée

- Pratiquez-vous la randonnée ? Oui/non
- Pour vous, les sentiers sont : Bien entretenus ? Bien signalés ? Bien sécurisés ? (Qualifier cet item avec "Très satisfaisant" ou "Satisfaisant" ou "peu satisfaisant" ou "pas du tout satisfaisant")
- Comment jugez vous les services annexes : Parkings, aire de repos/pique-nique, toilette, points d'eau (Qualifier chaque item avec "Excellent" ou "Bons" ou "Neutre" ou "Pas bons" ou "Mauvais")

Section 8 : Culture et divertissement

- Participez-vous à la fête de Bonascre ? Oui/Non
- Aimeriez-vous voir d'autres fêtes sur le plateau l'été ?
- Avez-vous connaissance du patrimoine culturel de la ville d'Ax-les-Thermes ?

Section 9 : Remontées mécaniques

- Pendant votre séjour, comptez-vous emprunter les remontées mécaniques ?
- Dans quel but ? (Si Oui)
- Pourquoi ? (Si Non)

Section 10 : Ressourcement

- Etes-vous d'accord pour dire que la destination d'Ax-les-Thermes est propice au ressourcement ? Oui/non
- Pourquoi ?
- Comment qualifieriez-vous l'environnement sur Ax 3 Domaines ?
- Selon vous, quels sont les points forts d'Ax 3 Domaines l'été ?
- Et l'hiver ?
- Voyez-vous des points faibles ? Oui/Non

ANNEXE C : Analyse entretien qualitatif avec Monsieur Michel Dupont

| | Idées de l'interrogé | Verbatims |
|------------------------------------|---|---|
| Le parc d'hébergement / Territoire | Rôle de revitalisation de la commune d'Ax-les-Thermes | <i>"cela applique différentes thématiques, qui sont en lien avec l'habitat ou le développement de logements pour les résidents"</i> |
| | Ax-les-Thermes est un territoire attractif | <i>"Pour information, on a à peu près deux emplois pour un actif sur la commune"</i> |
| Problème de logement | Problème de logements | <i>"Quand je suis arrivé, j'ai mis deux mois avant de trouver un logement, je faisais du camping au début"</i> |
| | Les habitants sont contraints de partir / Prix de l'immobilier trop élevé | <i>"On est maintenant au environ de 3000 euros du m², c'est 3 fois plus cher que la moyenne en Ariège"</i> |
| | Ax-les-Thermes est classé zone tendue (une des seules communes en Ariège) | <i>"Il y a le souci d'Airbnb, où les anciens hôtels se transforment en Airbnb, alors qu'il ne reste que très peu d'hôtels" ; "Ax compte 78% de résidences secondaires sur la commune, on bat des records et on dénombre beaucoup de lits froids."</i> |
| | Il faut permettre aux habitants de pouvoir louer, si possible à l'année. | <i>"Il faudrait donner la possibilité aux propriétaires de pouvoir louer à l'année, j'ai discuté avec des Axéens où beaucoup demandent quand est-ce que l'on aura des logements à leur proposer ?"</i> |
| Projets d'investissement / Idées | Nouveaux logements et différents systèmes mis en place | <i>" On est accompagné par Atout France comme une vingtaine de stations Atout France" "Nous avons un partenariat avec une structure qui s'appelle "lits chauds", et qui est là pour déployer le label Qualité Confort hébergement, qui est là pour valoriser les biens"</i> |
| | Pouvoir mettre en place une conciergerie | <i>"À l'heure actuel il n'y a pas de conciergerie sur le plateau de Bonascre et cela empêche beaucoup de propriétaire de pouvoir louer"</i> |
| Importance de la saison estivale | Développer le potentiel du VTT | <i>" Oui la saison estivale est importante mais je pense qu'il y a un potentiel qui n'est pas exploité sur la station. Il faudrait poursuivre l'activité du VTT et développer le vélo au sens large."</i> |

**ANNEXE D : Exemple d'analyse individuelle d'un entretien qualitatif
d'une habitante**

| | Idées de l'interrogé | Verbatims |
|---------------------------------------|--|--|
| Appartenance | Native d'un territoire de montagne | « <i>Oui, je suis née et j'ai vécu à Ax</i> » |
| Implantation définitive ou non | Oui pour le moment | <i>Oui mais ce n'est pas une certitude, mais oui parce que ma famille est là</i> » |
| Choix d'installation | | <i>"J'ai toujours vécu ici"</i> |
| Atouts et freins | La tranquillité est un premier atout mais au niveau des activités il n'y a pas assez de choses..." | <i>"On se connaît tous, c'est un avantage notamment pour ma fille lorsqu'elle veut sortir dans la ville, on est rassuré." "Pour les freins, on est loin de tout..." Manque d'infrastructures, de clubs sportifs, d'animations etc..."</i> |
| Nature et environnement | Garder la nature, mais avoir plus de commerces à proximité | <i>"Oui pour la nature c'est tellement évident qu'on n'en parle pas en faite" Tu peux aller marcher en forêt, te lever avec une vue magnifique..." La ville peut-être pas, mais entre la ville est Ax serait un juste milieu, notamment pour les achats"</i> |
| Le ski | Par le passé, oui c'était une raison essentielle | <i>Oui le ski a été une des raisons pour lesquelles je voulais rester ici puisque à l'époque je faisais Ski études" "C'est la culture du ski qui est importante même s'il ne faut pas se mentir puisque c'est chère"</i> |
| Se déplacer | | <i>"Si tu n'as pas de voiture à Ax, tu ne peux pas faire tes courses"; "Il faudrait du ramassage au moins une fois par jour, mettre en place des lignes dans les villages autour, avec un mini bus qui amène au moins jusqu'à Ax."</i> |
| L'accès aux services | | <i>"Je trouve qu'on n'est pas sur un territoire équitable"; C'est très compliqué dans certains endroits de la vallée"</i> |
| L'accès aux logements | | <i>Je n'ai pas eu de difficultés particulières puisque j'avais ma famille et que j'avais des contacts." Je n'ai pas eu de mal à me loger mais je n'ai pas forcément eu ce que je voulais." Je n'ai pas trouvé une maison avec jardin par exemple.</i> |

| | | |
|---|---------------------------------|---|
| Dynamisme à l'année | Manque de dynamique de la ville | <i>Oui vivre l'année à la montagne c'est facile mais par contre non, je ne dirai pas que Ax est dynamique ; Je dirai de la ville qu'elle est montagnarde surtout ;</i> |
| Perception du tourisme | | <i>Je pense que s'il n'y avait pas de tourisme, la vallée et Ax ne serait pas là où ils en sont aujourd'hui</i> |
| L'habitant au coeur du système touristique | | <i>Oui ça me tient à coeur de faire aimer mon territoire aux amis et à la famille surtout</i> |
| Gouvernance nationale | | <i>"Ils nous considèrent pas du tout" " Quand tu habite ici en tant que saisonnier tu n'a pas le choix de vivre ici" ; " Moi non puisque j'ai la chance d'avoir un CDI" ; Mais ceux qui peuvent avoir une double activité ça va"</i> |
| Gouvernance locale | | <i>"À l'heure actuelle ici c'est du n'importe quoi" Il y a des crèches fermées, le weekend et les vacances, donc tu ne peux pas faire garder tes enfants quand tu bosses dans une structure touristique" " Il n'y a pas de logements saisonniers non plus." A l'époque il y avait tennis étude et ski étude comme classe à l'école"</i> |

TABLES DES FIGURES

| | |
|---|-----|
| Figure 1 : Un dérèglement climatique accéléré en montagne : l'exemple des Alpes..... | 14 |
| Figure 2 : Évolution du taux d'occupation par saison sur les 10 dernières années..... | 20 |
| Figure 3 : Niveau de fréquentation, 2021-2022, ADT, 2022..... | 30 |
| Figure 4 : Préparation et motivation des séjours, fiche profil clientèle de l'Ariège ADT..... | 36 |
| Figure 5 : Préparation et motivation des séjours, fiche profil clientèle de l'Ariège ADT..... | 37 |
| Figure 6 : Évolution du nombre de journées ski commercialisées entre 2008 et 2022..... | 48 |
| Figure 7 : Localisation d'Ax-les-Thermes..... | 53 |
| Figure 8 : Étagement et paysage d'Ax-les-Thermes | 55 |
| Figure 9 : Commune de la CCHA - Source : Mairie d'Ax-les-Thermes..... | 56 |
| Figure 10 : Occupation des sols Corine Land Cover 2018..... | 57 |
| Figure 11 : Analyse SWOT du territoire d'Ax-les-Thermes..... | 58 |
| Figure 12 : Évolution de la population communale (1968-2022) INSEE..... | 59 |
| Figure 13 : Évolution de la population communale (2009-2022) INSEE..... | 60 |
| Figure 14 : Répartition des classes d'âges de la population axéenne (2008-2019) INSEE..... | 60 |
| Figure 15 : <i>Variation interannuelle moyenne de la population axéenne (2012-2019) INSEE.....</i> | 61 |
| Figure 16 : Personnes vivant seules par tranche d'âge (2008-2019) INSEE..... | 62 |
| Figure 17 : Bassins de vie sud Ariège et territoires limitrophes..... | 63 |
| Figure 18 : Taux de retour des mauvaises saisons, ClimSnow. | 64 |
| Figure 19 : Prix moyen du m ² en Ariège PAP 2023..... | 65 |
| Figure 20 : Évolution des modes d'occupation (2007-2017) INSEE..... | 66 |
| Figure 21 : Évolution de la part des propriétaires et locataires (2008-2019) INSEE..... | 67 |
| Figure 22 : Taux d'activité des 15-64 ans en 2017 selon INSEE..... | 67 |
| Figure 23 : Taux de chômage des 15-64 ans en 2017 selon INSEE..... | 68 |
| Figure 24 : Zone de chalandise du pôle commercial axéen CCI Occitanie..... | 69 |
| Figure 25 : Typologie des types de contrats de travail INSEE 2017..... | 69 |
| Figure 26 : Unité légales par secteur d'activité au 31/12/2020 INSEE..... | 70 |
| Figure 27 : Analyse des DPE réalisés sur la station de Bonascre entre 2021 et 2022 | 72 |
| Figure 28 : Structuration de la SAVASEM | 81 |
| Figure 29 : Fiche opérationnelle "Rénovation et requalification des hébergements touristiques"..... | 106 |
| Figure 30 : Fiche opérationnelle "Requalification des hôtels délaissés"..... | 108 |
| Figure 31 : Fiche opérationnelle "Labellisation meublés de tourisme de standing"..... | 109 |
| Figure 32 : Fiche opérationnelle "Mobilier urbain pour le stationnement des vélos"..... | 111 |
| Figure 33 : Fiche opérationnelle "Renforcer l'offre de logements pour les saisonniers et les jeunes travailleurs"..... | 113 |
| Figure 34 : Fiche opérationnelle "Obtention du label Famille Plus" | 115 |
| Figure 35 : Fiche opérationnelle "Développer une dynamique commerciale"..... | 125 |
| Figure 36 : Fiche opérationnelle "Structurer une politique d'animation globale et commune à l'ensemble des stations"..... | 130 |
| Figure 37 : Fiche opérationnelle "Aménager et équiper des lieux permettant l'accueil d'activités et d'informations tout au long de l'année"..... | 132 |
| Figure 38 : Fiche opérationnelle "Structurer des activités touristiques dans des offres packagées"..... | 134 |

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|----------|
| REMERCIEMENTS..... | 5 |
| SOMMAIRE | 6 |
| INTRODUCTION GÉNÉRALE | 7 |
| PARTIE 1 : LA MONTAGNE, UN TERRITOIRE FRAGILE AU PROFIT DU TOURISME HIVERNAL | 8 |
| INTRODUCTION PARTIE 1 | 9 |
| CHAPITRE 1 : LES TERRITOIRES DE MONTAGNE À LA NAISSANCE DU TOURISME | 10 |
| 1. Les territoires montagnards | 10 |
| 1.1 Des caractéristiques propres aux territoires de montagne | 10 |
| 1.2 Une montagne plus dangereuse ? | 12 |
| 2. L'impact du changement climatique sur les territoires de montagne | 13 |
| 2.1 Un territoire fragile au profit du tourisme | 14 |
| 2.1.1 Le tourisme pyrénéen face au développement durable | 16 |
| 2.2 Un taux d'enneigement irrégulier | 18 |
| 2.3 Déséquilibre social, environnemental et économique | 19 |
| 3. Une saison estivale de plus en plus prisée | 20 |
| Chapitre 2 : Évolution de l'offre touristique en montagne | 22 |
| 1. Le modèle du tout-ski remis en cause | 22 |
| 1.1 Le ski alpin, c'est bientôt fini ? | 23 |
| 1.2 Le cas de la station de Métabief | 25 |
| 2. Des stations de ski qui laissent place aux villages de montagne | 27 |
| 2.1 Diverses catégories d'hébergements | 29 |
| 2.2 Fréquentation Été/ Hiver | 30 |
| 3. De nouvelles pratiques touristiques toute l'année | 33 |
| 3.1 Émergence d'un tourisme estival | 33 |
| 3.2 La notion d'un tourisme 4 saisons | 34 |
| Chapitre 3 : Les modes de consommation touristiques en hiver | 35 |
| 1. Les nouveaux modes de consommation sur un territoire fragile | 35 |
| 1.1 Vers de nouveaux modes de consommation et de nouvelles habitudes de voyages | 36 |
| 1.2 Une évolution de l'offre et de la demande | 37 |
| 2. L'environnement influence-t-il le comportement des consommateurs ? | 39 |
| 2.1 Les aléas, une variable à prendre en compte | 41 |
| 2.2 Le cas de la station Saint Pierre de Chartreuse | 42 |
| 3. Les stations concurrentes d'Ax 3 Domaines | 42 |
| 3.1 Le taux d'ouverture | 42 |
| 3.2 Des territoires différents pour des offres similaires | 43 |
| 3.3 Une considération de la saison estivale différente entre chaque station ... | 44 |
| CONCLUSION PARTIE I | 46 |

**PARTIE 2 : CONTEXTUALISATION DE LA RECHERCHE : LE CAS DE LA STATION
D'AX 3 DOMAINES ET LE TERRITOIRE D'AX-LES-THERMES.....47**

INTRODUCTION DE LA PARTIE 2.....48

Chapitre 1 : La station d'Ax 3 Domaines et son territoire (Ax-les-thermes).....49

1. Présentation du territoire d'Ax-les-Thermes49

1.1 Ax 3 Domaines49

1.1.1 Le pôle communication53

1.1.2 La SAVASEM53

2. Le territoire d'Ax-les-Thermes.....53

2.1 Contexte géographique du territoire.....54

2.1.1 Portrait d'une commune de montagne55

2.1.2 La Communauté de Commune de la Haute-Ariège (CCHA)56

2.2 Une faible artificialisation mais un foncier contraint.....57

2.2.1 Un territoire de montagne soumis aux risques58

2.2.2 Un profil socio-économique de la commune en dent de scie60

2.3 Problématique d'Ax 3 Domaines face au changement climatique.....65

2.3.1 Le parc d'hébergements (L'offre d'hébergement).....65

2.3.2 Un bassin d'emploi attractif.....68

2.3.3 Les passoires thermiques72

3. Missions confiées : Chargée de communication et référente été74

3.1 La communication en station de ski (été / hiver)75

3.2 Missions digitales76

**3.3 Développement d'un outil pour appréhender durablement la transition
touristique des stations de ski.....76**

**Chapitre 2 : Ax-les-Thermes, une commune intégrée à un territoire riche où le
tourisme domine.....79**

1. La bisaisonnalité touristique hivernale comme modèle de décroissance79

1.1 Les activités culturelles et de loisirs vectrice d'attractivité80

1.1.1 La station de ski d'Ax 3 Domaines et l'économie sur le territoire...81

1.2 ...tributaire du changement climatique.....82

1.2.1 Enneigement aléatoire.....84

1.2.2 Le pastoralisme au coeur des enjeux du maintien d'un territoire fragile .85

**2. Une commande passée par une des stations des vallées d'Ax, Ax 3
Domaines88**

2.1 Une suite logique du mémoire de Master 1.....88

2.2 La commande passée par la station Ax 3 Domaines89

2.3 Une problématique pour encadrer la commande89

**Chapitre 3 : Méthodologie et pistes de réflexion à considérer pour des enjeux
territoriaux forts90**

1. Choix d'outils méthodologiques adaptés au recueil d'informations.....90

1.1 Revues littéraires.....90

1.1.1. Echange avec des professionnels du secteurs de la montagne.....91

**1.1.2. Enquêtes qualitatives à destination des habitants et des
socioprofessionnels91**

1.1.3 Construction des guides d'entretiens92

1.2. Une enquête quantitative dédiées à la clientèle92

| | |
|--|------------|
| 1.2.1 Veille informationnelle des stations concurrentielles | 94 |
| 1.2.2 Benchmark in situ | 94 |
| 1.3. Analyse et résultat | 95 |
| 1.3.1 Analyse individuelle et croisée des entretiens qualitatifs | 95 |
| 1.3.2 Analyse du questionnaire quantitatif | 95 |
| 2. La nécessité que la station ne soit plus le système unique de l'activité touristique..... | 96 |
| 2.1 L'activité touristique pour la commune d'Ax-les-Thermes | 97 |
| 2.2. Vers une organisation de l'activité touristique à l'année | 97 |
| 2.2.1 Impacts de la saisonnalité sur l'emploi..... | 98 |
| 2.2.2 De nouveaux comportements et pratiques chez les individus..... | 99 |
| 2.2.3 Une demande en hausse durant la saison estivale dans les territoires de montagne | 99 |
| 2.3. Un mode de gouvernance et des conditions de vie à l'année adapté à l'échelle du territoire | 100 |
| 2.3.1 La gouvernance et ses acteurs..... | 101 |
| 2.3.2 La qualité de vie à l'année en montagne remise en question..... | 101 |
| CONCLUSION DE LA PARTIE 2 | 102 |
| PARTIE 3 : DES SCÉNARIOS DE DÉVELOPPEMENT À CONCEVOIR POUR UN AVENIR DURABLE DU TERRITOIRE D'AX-LES-THERMES | 103 |
| INTRODUCTION DE LA PARTIE 3..... | 104 |
| Chapitre 1 : Vers un développement touristique à l'année du territoire d'Ax-les- Thermes..... | 106 |
| 1. Vers un tourisme davantage qualitatif..... | 106 |
| 1.1 Des projets de développement structurants pour des stations dynamiques | 106 |
| 1.2 La qualité plutôt que la quantité | 107 |
| 2. Tendre vers des adaptations opérationnelles en adéquation avec la mutation de la station et du territoire | 108 |
| 2.1 Requalification des centres d'hébergement touristiques pour s'adapter à la demande | 108 |
| 2.1.1 Requalification des hôtels délaissés | 110 |
| 2.1.2 Le label Diamant..... | 111 |
| 2.1.3 Installation du mobilier urbain pour le stationnement des vélos | 113 |
| 2.2 Renforcer l'offre de logements pour saisonniers et jeunes travailleurs.... | 114 |
| 3. Requalification de la stratégie de développement touristique..... | 116 |
| 3.1 Le bien-être, au coeur des motivations de la venue des touristes en montagne | 116 |
| 3.2 Le Label Famille Plus..... | 117 |
| Chapitre 2 : Plus qu'un territoire, une destination | 119 |
| 1. Diversifier l'offre estival sur le territoire et les stations annexes | 119 |
| 1.1 La veille et les benchmarks pour étudier le tourisme estival des territoires de montagne | 119 |
| 1.2 Le questionnaire quantitatif..... | 120 |
| 1.2.1 Cibler la clientèle estivale | 120 |
| 1.2.2 La vision des touristes sur la destination d'Ax-les-Thermes..... | 124 |

| | |
|---|------------|
| 2. Diversifier les activités touristiques | 126 |
| 2.1 Développer des offres itinérantes à travers la destination | 126 |
| 2.2 Développer une dynamique commerciale..... | 127 |
| 3. Organiser une offre de destination du territoire | 128 |
| 3.1 Mutualiser les compétences techniques sur le territoire pour construire une destination | 129 |
| 3.2 Partager et mutualiser la compétence communication..... | 129 |
| 3.2.1 Sortir de l'image du "tout-sport" | 129 |
| Chapitre 3 : Vers un territoire vivant et habité..... | 131 |
| 1. Faire du tourisme un levier au service du développement territorial..... | 131 |
| 1.1 Une approche systémique du territoire | 131 |
| 1.2 Vers une destination aimée et reconnue..... | 132 |
| 1.2.1 Audit sur l'avenir d'Ax Animation..... | 134 |
| 2. Le tout-ski, c'est peut-être fini..... | 135 |
| 2.1 Ne pas poursuivre des investissements à court-terme..... | 135 |
| 2.2 Des offres digitalisées et packagées..... | 136 |
| 3. Aller vers une gouvernance intégrée à l'ensemble du territoire..... | 138 |
| 3.1 Vers une gestion intégrée des stations | 138 |
| 3.2 Partager le modèle économique du territoire | 139 |
| CONCLUSION DE LA PARTIE 3 | 139 |
| CONCLUSION GÉNÉRALE | 141 |
| BIBLIOGRAPHIE | 143 |
| ANNEXES..... | 147 |
| TABLES DES FIGURES | 155 |
| TABLE DES MATIÈRES | 156 |
| RÉSUMÉ..... | 160 |
| SUMMARY..... | 160 |

RÉSUMÉ

Les territoires de montagnes doivent en permanence s'adapter à des évolutions constantes face aux changements climatiques et aux attentes des touristes. Bien que le modèle du « tout-ski » arrive à offrir à sa clientèle toute l'organisation nécessaire, pour favoriser les séjours en montagne, comment ce dernier a-t-il impacté les territoires de montagne ? A quel point les a-t-il rendu dépendant au modèle touristique reposant sur la saison hivernale ? L'enneigement naturel tend à devenir de plus en plus faible, ainsi les activités touristiques liées à la neige sont davantage vulnérables. Certains territoires sont beaucoup plus avantagés que d'autres grâce à leurs atouts géographiques, leur assurant des saisons touristiques satisfaisantes. La commune d'Ax-les-Thermes mets et va mettre en place des actions stratégiques et économiques relatives au développement du territoire. La structuration de la gouvernance des stations de montagne est aussi à revoir. Ce mémoire va tenter d'apporter des pistes de réflexion quant aux perspectives d'avenir de la station d'Ax 3 Domaines et à plus large échelle, des territoires de moyenne montagne.

Mots-clés : territoires de moyenne montagne, offre touristique, changement climatique, destination.

SUMMARY

Mountain regions are constantly having to adapt to changing climatic conditions and tourist expectations. Although the "all-ski" model has managed to offer its customers all the organization they need to enjoy mountain holidays, how has it impacted mountain areas? To what extent has it made mountain areas dependent on a tourism model based on the winter season? Natural snow cover is tending to become weaker and weaker, making snow-related tourism activities more vulnerable. Some areas are much better off than others, thanks to their geographical advantages, which ensure satisfactory tourist seasons. The municipality of Ax-les-Thermes is implementing and will continue to implement strategic and economic actions for the development of the region. The governance structure of mountain resorts also needs to be reviewed. This dissertation will attempt to provide some food for thought on the future prospects of the Ax 3 Domaines resort and, on a broader scale, of mid-mountain areas.

Key words : medium mountain areas, touristic offer, climate change, destination.