

CONTRIBUTION DU TOURISME

AU DEVELOPPEMENT DURABLE

DE LA MOYENNE MONTAGNE

Rapport confié par Mme DEMESSINE, Secrétaire d'Etat au Tourisme à :

Michèle PRATS, Jean-Claude CHARRY, Bernard GLASS, Philippe HUET,
Bernard SERRES, François ULIVIERI

RAPPORTEUR : MICHEL ROUFFET

Juin 2000

RAPPORT – ANNEXES 6-1 ; 6-2 ; 6-3

PLAN DU RAPPORT

	pages
RESUMÉ	4
1 – LES OBJETS DE LA MISSION	7
<u>1-1 RAPPEL DES PRINCIPAUX TERMES DE LA MISSION</u>	7
<u>1-2 LE CONTEXTE : OPPORTUNITES ET MENACES</u>	7
<u>1-3 LES CHAMPS THEMATIQUES ET GEOGRAPHIQUES DE LA MISSION</u>	8
2 – LA METHODOLOGIE SUIVIE	9
<u>2-1 L' "ESPRIT GENERAL" DE LA MISSION : LARGE CONCERTATION ... MAIS RECHERCHE D'IDEES NOUVELLES</u>	9
<u>2-2 LA PRISE EN COMPTE DES RAPPORTS RECENTS</u>	9
<u>2-3 LA CONSULTATION DES ACTEURS NATIONAUX ET LOCAUX</u>	9
<u>2-4 LA MISE AU POINT DES PROPOSITIONS</u>	10
3 – LES CONSTATS	12
<u>3-1 DES ESPACES VASTES, DIVERS ET INTERDEPENDANTS</u>	12
<u>3-2 UNE SITUATION SOCIO-ECONOMIQUE GENERALEMENT PREOCCUPANTE, OU LE TOURISME PREND UNE PART GRANDISSANTE, MAIS N'EST PAS LA PANACEE</u>	14
<u>3-3 UNE FONCTION SOCIETALE SPECIFIQUE ET IMPORTANTE POUR LE PAYS</u>	16
<u>3-4 DES ATOUTS EN PHASE AVEC UNE DEMANDE TOURISTIQUE ET ENCORE SOUS EXPLOITES</u>	17
<u>3-5 DES HANDICAPS QUANT A LA SELECTIVITE DES PRODUITS, L'ORGANISATION, L'OFFRE, L'IMAGE, LE PROFESSIONNALISME ET LE CADRE REGLEMENTAIRE</u>	20
<u>3-6 EN RESUME : LE TOURISME EN MOYENNE MONTAGNE, UN VERITABLE ENJEU POUR LE PAYS</u>	25

<u>4 – UN PLAN D' ACTIONS POUR LE TOURISME EN MOYENNE MONTAGNE</u>	26
<u>4-1 UNE MISSION NATIONALE "TOURISME EN MOYENNE MONTAGNE"</u>	27
<u>4-2 DEUX AXES STRATEGIQUES : SELECTIVITE DES TERRITOIRES, DYNAMISME DES PARTENARIATS</u>	30
4-2-1 Promouvoir en priorité à la mise en valeur des territoires et projets offrant le meilleur potentiel	30
4-2-2 Permettre la constitution de partenariats dynamiques aux divers niveaux géographiques	34
<u>4-3 QUATRE DOMAINES D' ACTIONS</u>	40
4-3-1 Promouvoir l' image de la montagne dans ses spécificités et sa diversité	40
4-3-2 Améliorer et développer l' offre dans une logique de développement durable	41
4-3-3 Poursuivre la professionnalisation des acteurs et réseaux	48
4-3-4 Adapter le contexte réglementaire et fiscal aux spécificités des divers milieux montagnards	52

5 – TABLEAU RECAPITULATIF DES ACTIONS ET MOYENS

6 – ANNEXES

6-1 LETTRE DE MISSION

6-2 LISTE DES PERSONNES ET ORGANISMES RENCONTRES

6-3 BIBLIOGRAPHIE

6-4 EXPERTISES LIEES AU RAPPORT (SEGESA, COFREMCA-NEW DEAL, CERAT)

6-5 CAHIER DES AUDITIONS ET SEMINAIRES¹

6-6 FICHES D' ANALYSE DE RAPPORTS RECENTS CONCERNANT LE TOURISME EN MONTAGNE¹

¹ non diffusable

CONTRIBUTION DU TOURISME AU DEVELOPPEMENT

DURABLE DE LA MOYENNE MONTAGNE

RESUMÉ DU RAPPORT

❶ Le rapport a été confié à Mme PRATS, MM. CHARRY, GLASS, HUET, SERRES, ULIVIERI –membres des inspections générales de divers ministères- par Mme la Secrétaire d'Etat au Tourisme, suite au Conseil National de la Montagne du 19 mars 1999. Le rédacteur est M. ROUFFET (SEATM).

Plus d'une centaine de responsables administratifs, élus, socioprofessionnels ont été audités au niveau national et dans les différents massifs. Les principales études récentes sur le sujet ont été analysées.

❷ Le groupe de travail souligne que la "Moyenne Montagne" (définie comme l'ensemble de l'espace montagnard, hors grandes stations à enneigement garanti) constitue un enjeu essentiel pour l'équilibre de l'économie touristique de notre pays et de nos régions.

- En effet
- cet espace couvre plus de 25 % du territoire national et présente une situation socioéconomique souvent difficile
 - Cependant, cet espace a des valeurs spécifiques fortes, correspondant à des attentes socio-culturelles actuelles, même si les images perçues et la production touristique ne sont pas actuellement en concordance totale avec ces valeurs
 - Le potentiel de développement de l'offre touristique de cet espace et d'amélioration de son organisation est grand et peut être mis en œuvre dans le cadre d'un développement global durable.

Pourtant, le tourisme n'est pas la panacée et tous les territoires montagnards n'ont pas le même potentiel. Des choix s'imposent.

Enfin ce développement impose un partenariat et un professionnalisme accrus.

③ En conséquence le groupe de travail propose que le gouvernement arrête un plan concernant le tourisme durable en Moyenne Montagne, pour la période 2000-2006, articulé autour de 3 points principaux :

a) La mise en place d'une "mission nationale pour le développement du tourisme en Moyenne Montagne"

Cette mission aura une vocation opérationnelle et, pour cela, une composition restreinte. Elle associera des représentants du Conseil National de la Montagne et des administrations et aura pour tâches : la mise en œuvre et le suivi du plan dans une optique de développement durable, l'intégration des principales orientations de ce plan aux schémas nationaux de services collectifs, le pilotage d'actions de promotion et de labellisation, la mise en œuvre des mesures réglementaires, l'appui à l'émergence d'une politique européenne du tourisme en montagne, la coordination des différents services de l'Etat concernés. Elle pourrait notamment s'appuyer sur le Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne repositionné, renforcé et redéployé en liaison avec les autres services concernés (AFIT, DT, ...). La DATAR pourrait en assurer le secrétariat.

b) La concrétisation de deux axes stratégiques :

- L'appui prioritaire au développement touristique des territoires offrant le meilleur potentiel par le biais de "contrats de pôles touristiques" et sous réserve d'une mobilisation cohérente des professionnels, ainsi que de la mise en place d'une intercommunalité forte
- La constitution de nouveaux partenariats dynamiques au niveau de ces territoires et des massifs. Le groupe de travail propose de mettre en place un statut spécifique pour des "sociétés locales de développement touristique durable" (regroupements dynamiques des opérateurs touristiques, par sites, pouvant intégrer les Offices de Tourisme) et de développer des "comités d'expansion touristique de massif" ("section tourisme" des comités de massifs rénovés), chargés de l'animation de la politique touristique des massifs, et de la sélection des projets et territoires. Ces comités pourront s'appuyer sur des agences d'ingénierie de massif.

Il faut noter que ces structures ne viennent pas se superposer aux structures existantes, mais leur donner plus d'efficacité et les mettre en synergie.

c) La réalisation d'une série de propositions et de mesures dans quatre domaines touchant à l'activité touristique, notamment :

- La promotion nationale et internationale de l'image de la montagne, ciblée sur des valeurs et produits spécifiques et relayée par "Maison de la France", la sensibilisation des acteurs locaux à ces valeurs
- L'amélioration de l'offre touristique dans de nombreux secteurs :
 - le repositionnement des stations, territoires, et équipements de tourisme associatif
 - la réhabilitation des différents types d'hébergement touristique, axée sur la qualité et l'authenticité (hôtellerie, meublés, gîtes, ...)
 - le développement de l'agritourisme dans le cadre des Contrats Territoriaux d'Exploitation groupés
 - le développement des produits culturels
 - le développement des produits de découverte de la nature (forêts, pêche, chasse, haute montagne, ...) notamment en utilisant la notoriété des sites protégés dont les Parcs Nationaux
 - la relance du tourisme de jeunes à partir de valeurs ludiques et éducatives
 - l'amélioration de l'organisation et de la souplesse des séjours touristiques (courts séjours, contrats d'urgence en cas de manque important de neige, ...)
 - la généralisation des démarches qualité
 - la poursuite de la "recherche-action" sur le concept de tourisme durable
- La professionnalisation des acteurs
 - l'amélioration de l'attractivité des professions du tourisme par un accueil plus actif des nouveaux entrepreneurs locaux du tourisme, une concrétisation des principales mesures facilitant la pluriactivité et les groupements d'employeurs, la sécurisation des métiers de la neige et, plus largement, la pérennisation des emplois
 - la coordination et la sélection des marques et labels avec la mise en place de "stations-nature-montagne"
 - le développement et l'adaptation des systèmes de formation
 - la création d'agences locales de loisirs sportifs
 - la mise en place d'un observatoire du tourisme en montagne
- L'adaptation du contexte réglementaire

Outre les aspects réglementaires des mesures évoquées ci-dessus,

 - l'adaptation du calendrier scolaire (étalement des vacances d'été, ...)
 - le statut fiscal des agences réceptives
 - la constitution de provisions pour manque de neige, par les gestionnaires de domaines skiables
 - l'élargissement des possibilités de servitude de passage et de redevance
 - la simplification des conditions d'accueil et d'encadrement des jeunes
 - la construction et la gestion des refuges
 - l'adaptation des règles d'urbanisme à la moyenne montagne (UTN, prescriptions particulières de massif, bâtiments isolés d'altitude)
 - le redéploiement de certaines aides : maxima d'aides en Zones de Revitalisation Rurale, réactualisation et nouvelle répartition de la Dotation Touristique, actualisation de la Dotation au Développement Rural.

1 – LES OBJECTIFS DE LA MISSION

1-1 RAPPEL DES PRINCIPAUX TERMES DE LA MISSION

Lors de la réunion du Conseil National de la Montagne, tenue à Ax-les-Thermes le 19 mars 1999, M. le Premier Ministre a chargé Mme la Secrétaire d'Etat au Tourisme d'établir un rapport sur "Le développement touristique [tant en été qu'en hiver] des espaces montagnards non situés dans les grandes stations de sports d'hiver à enneigement garanti".

Par courrier du 13 octobre 1999, Mme DEMESSINE mettait en place un groupe de travail composé de six Inspecteurs Généraux en provenance de divers départements ministériels, nommait comme Rapporteur M. ROUFFET, et chargeait différents services (SEATM, AFIT, DT, DATAR, ...) d'appuyer le groupe de travail. (cf Annexe 1)

La lettre de mission précisait que ces propositions devraient être d'ordre stratégique et d'ordre opérationnel et que l'efficacité devait primer sur l'exhaustivité.

1-2 LE CONTEXTE – MENACES ET OPPORTUNITES

La lettre de mission rappelait elle-même le contexte socio-économique et administratif.

Des menaces semblent effectivement peser sur ces espaces : déshérence, perte de population, extension des friches, difficultés économiques.

A l'inverse, des opportunités sont susceptibles de s'y développer : apparition de nouvelles motivations touristiques et de nouveaux acteurs, développement du commerce électronique, grand marché européen, ...

Sur le plan administratif la période actuelle voit se préciser des procédures pluriannuelles, qui peuvent constituer des supports à des propositions d'action : schémas nationaux de services collectifs, élaboration de nombreux textes législatifs et réglementaires, Contrats Etat-Région, Conventions de Massifs, nouvelles règles d'attribution des fonds structurels européens.

Le groupe de travail s'est donc efforcé, par un ensemble d'enquêtes et d'analyses, de cerner ces menaces et opportunités, pour en dresser des constats les plus réalistes possibles, puis pour établir un plan d'actions.

1-3 LES CHAMPS THEMATIQUES ET GEOGRAPHIQUES

1-3-1 L'activité touristique, dans toutes ses composantes, constitue l'objet de la mission ; mais cette activité doit être analysée et projetée dans une perspective de développement durable.

"La charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés" (élaborée par la Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France) donne la définition suivante du "tourisme durable" que le groupe de travail a fait sienne : *"Toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans ces espaces"*.

Ainsi, les propositions du groupe de travail, si elles sont en priorité centrées sur l'activité touristique, pourront parfois déborder le cadre de cette activité, notamment dans le domaine réglementaire.

1-3-2 Au niveau géographique, la lettre de mission énumère les différents espaces montagnards concernés : "petites et moyennes stations, villages et territoires de haute montagne, sites remarquables, espaces ruraux à double saison situés à proximité des stations, espaces ruraux de plateau ou de piémont, comportant, le cas échéant des stations thermales ou climatiques".

La réflexion devra tenir compte des "diversités des situations géographiques et économiques des divers massifs".

Le cadre géographique de la mission est donc très vaste et le terme de "moyenne montagne" repris dans l'intitulé de la mission n'en rend compte que partiellement².

Faute de trouver une dénomination plus appropriée, nous l'utiliserons également dans une acception plus vaste.

Cependant, ce groupe de travail a traité préférentiellement les espaces d'altitude moyenne, la haute montagne faisant l'objet d'un rapport spécifique sur les refuges, rapport piloté par l'Inspection Générale du Tourisme, avec l'appui technique du SEATM.

1-3-3 Le groupe de travail a voulu présenter un projet cohérent concernant le tourisme en Moyenne Montagne. Il a considéré qu'il était souhaitable d'exposer l'ensemble des mesures et propositions concourant à ce projet, qu'elles aient été déjà formulées (mais non concrétisées !) ou non.

² Les discours des ministres lors du Conseil National de la Montagne du 13-3-1999 parlaient des "autres montagnes"

2 – LA METHODOLOGIE SUIVIE

2-1 L'ESPRIT GENERAL DE LA MISSION : LARGE CONCERTATION MAIS RECHERCHE D'IDEES NOUVELLES

Le groupe de travail a souhaité rencontrer très largement les différents acteurs touristiques de la montagne, essentiellement sur le terrain.

Mais il a voulu éviter que son travail ne se limite à une simple synthèse des idées, suggestions ou contraintes, signalées par ces acteurs.

Un planning de travail a été mis en place dès officialisation de la mission en octobre 1999 et globalement suivi, en prenant en compte les disponibilités des membres du groupe de travail (affectés parallèlement à d'autres missions) et celles des interlocuteurs incontournables du milieu du tourisme en montagne. Ainsi le groupe "tourisme" du Conseil National de la Montagne n'a pu être consulté que fin avril 2000.

2-2 LA PRISE EN COMPTE DES RAPPORTS RECENTS

La première phase du travail a été la prise de connaissance des divers rapports récents traitant peu ou prou du tourisme en montagne. Ces rapports (23 au total) ont fait l'objet de résumés. Leur mise en application a également été évaluée ainsi que les freins éventuels qui ont pu exister. Le tout est consigné dans un "cahier des fiches", utilisable en tant que tel, en annexe 6.

Force est de constater que nombre de propositions –semble-t-il valables- n'ont pu être mises en œuvre, soit par manque d'initiative, soit par lourdeur administrative, soit par contrainte de "politique locale", le tourisme en France étant une activité encore trop administrée à différents niveaux.

2-3 LA CONSULTATION DES ACTEURS NATIONAUX ET LOCAUX

Le 18 novembre 1999, le groupe de travail a réuni une quinzaine de responsables administratifs, élus et socio-professionnels, pour connaître "a priori" leur diagnostic sur la situation et les potentialités du tourisme en moyenne montagne. Ce premier séminaire a permis d'établir une grille de consultation des acteurs de terrain.

De décembre 1999 à avril 2000, des délégations du groupe de travail se sont alors déplacées dans les divers massifs français (Alpes, Pyrénées, Massif Central, Jura, Vosges, Corse) et ont réalisé dans chacun de ces massifs une dizaine d'auditions. De nombreuses personnalités nationales ont été également entendues. Le bureau de l'ANEM, le groupe de travail Tourisme du Conseil National de la Montagne ont consacré des séances particulières à réfléchir à ce sujet avec les Inspecteurs Généraux. Plusieurs Préfets et de nombreux responsables administratifs locaux et nationaux ont été entendus.

Quatre cabinets d'études ont fourni de premières prestations : le cabinet SEGESA a pu approfondir son diagnostic sur l'état socio-économique de la moyenne montagne (cf "Evaluation de la politique montagne 1998"). Le cabinet NEW DEAL, à partir de l'étude COFREMCA-SOCIOVISION 1999, a exposé au groupe de travail les conséquences pour le tourisme en montagne des évolutions socioculturelles récentes. Le cabinet juridique LEXEL a reçu le groupe de travail, avec la participation de Mme GERBAUX (Sociologue - CERAT) pour ébaucher les conditions de mise en place d'un partenariat dynamique des acteurs locaux du tourisme.

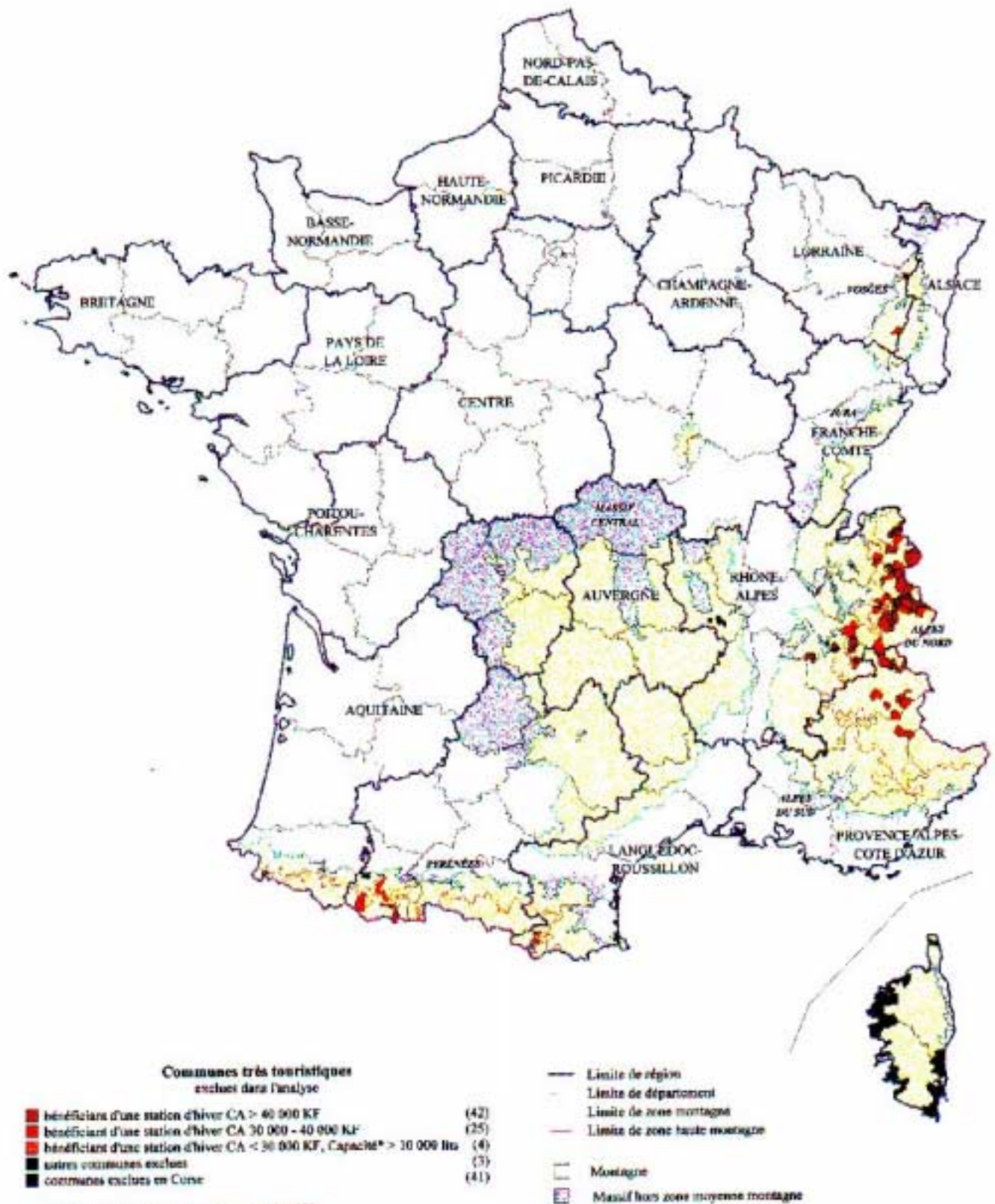
Le 1^{er} mars 2000, un deuxième séminaire permettait au groupe de travail de tester auprès de responsables touristiques ses premières propositions.

Ce seront au total plus de cent vingts responsables du tourisme en montagne, qui auront été entendus (cf liste en annexe 2 et un compte rendu des auditions en annexe 5).

Cette longue période de concertation a paru indispensable pour établir et crédibiliser les constats et propositions.

2-4 LA MISE AU POINT DES PROPOSITIONS

Le groupe de travail s'est réuni en comité restreint pendant 5 séances de 1 à 3 jours d'avril à juin 2000 pour se mettre d'accord sur l'agencement et le contenu des propositions. La "validation" des propositions s'est opérée par consultation d'experts des principales administrations concernées.



SEGESA

3 – LES CONSTATS

3-1 DES ESPACES VASTES, DIVERS ET INTERDEPENDANTS³

Selon la définition reprise par l'Instance d'évaluation de la politique de la montagne la montagne couvre plus du quart du territoire national et concerne la moitié des régions et départements. Elle couvre également environ 25 % du territoire de l'Union Européenne. "Les grandes stations d'altitude à enneigement garanti" (non concernées par la mission) sont environ vingt cinq dont vingt trois dans certaines vallées des Alpes du Nord. Même avec leur zone d'influence économique, ces stations ne concernent qu'une infime partie de territoire montagnard (1,5 % de la population), rassemblent 20 % de la capacité d'accueil et 18 % de l'emploi.

Si l'on enlève, en outre, les communes de montagne sur les littoraux et les "grandes villes" (Lourdes, St Etienne), il demeure encore 70 % des hébergements et de l'emploi touristiques⁴

Les "autres montagnes" peuvent être classées comme suit :

a) Les stations

- ⇒ **Les stations de sports d'hiver**, moyennes ou petites, disparates dans leur taille, produits, fonctionnements, à enneigement souvent aléatoire et à dimension réduite, endettées, peu solidaires, au positionnement commercial mal défini, confrontées à l'adaptation de leurs équipements à l'attente des clients (remontées mécaniques, hébergements, espaces publics concernés) mais répondant indéniablement à une demande touristique et représentant dans certaines zones géographiques, le plus gros pôle économique
- ⇒ **Les stations thermales et climatiques**, également disparates, peu diversifiées, dépendant des remboursements sociaux, soumises à des normes d'hygiène coûteuses, mais constituant également un important volet de l'activité économique, très complémentaire des sports d'hiver
- ⇒ **Les stations d'été en vallée**, en meilleure santé économique mais à fonctionnement très saisonnier

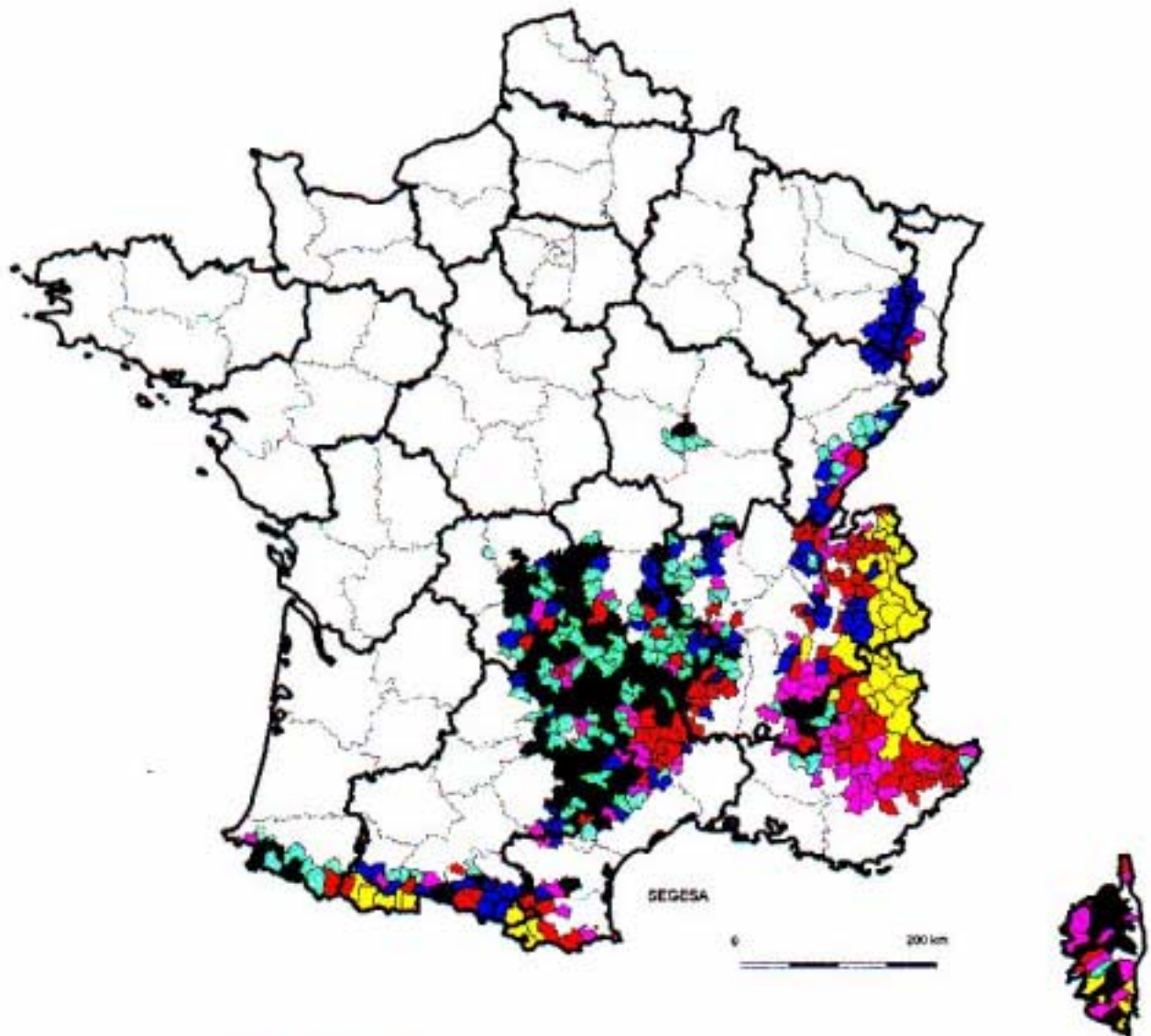
NB : Il faut rappeler que la notion de "station" reste mal définie sur le plan administratif

³ Cf carte ci-contre

⁴ cf Etude SEGESA en annexe

DIVERSITE DES ZONES DE MONTAGNE FRANCAISES

Typologie des cantons de montagne réalisée par analyse multivariée
sur 17 indicateurs socio-économiques de situation et d'évolution



types de cantons

- 1 : de grand tourisme confirmé
- 2 : économiquement diversifiés en développement
- 3 : à démographie et économie fragiles
- 4 : sous forte influence urbaine
- 5 : "désertifiés" en conversion touristique
- 6 : industrialisés en difficulté
- 7 : agricoles à forts handicaps

Source : SEGESA 1998,
Commissariat Général du Plan

b) Les espaces ruraux dans l'orbite des stations, suivant avec une certaine inertie l'évolution économique des pôles correspondants. Ils bénéficient de leur attractivité sans en partager ni la maîtrise ni les investissements. Ils en subissent les contrecoups économiques et environnementaux (mitage). Ils apportent aux pôles, leur cadre naturel et certaines activités de plein air et une certaine capacité d'hébergement. Il existe peu d'organisation commune entre les stations et les espaces ruraux proches malgré leur interdépendance de fait.

c) Les espaces ruraux "isolés"

⇒ **Les plateaux et collines de moyenne montagne ou du piedmont** suffisamment éloignés des pôles pour que l'interdépendance soit faible, où l'on peut trouver un tourisme diffus de séjour, souvent commercialisé par le seul biais des hébergements. Ces zones sont parfois confondues avec "la campagne".

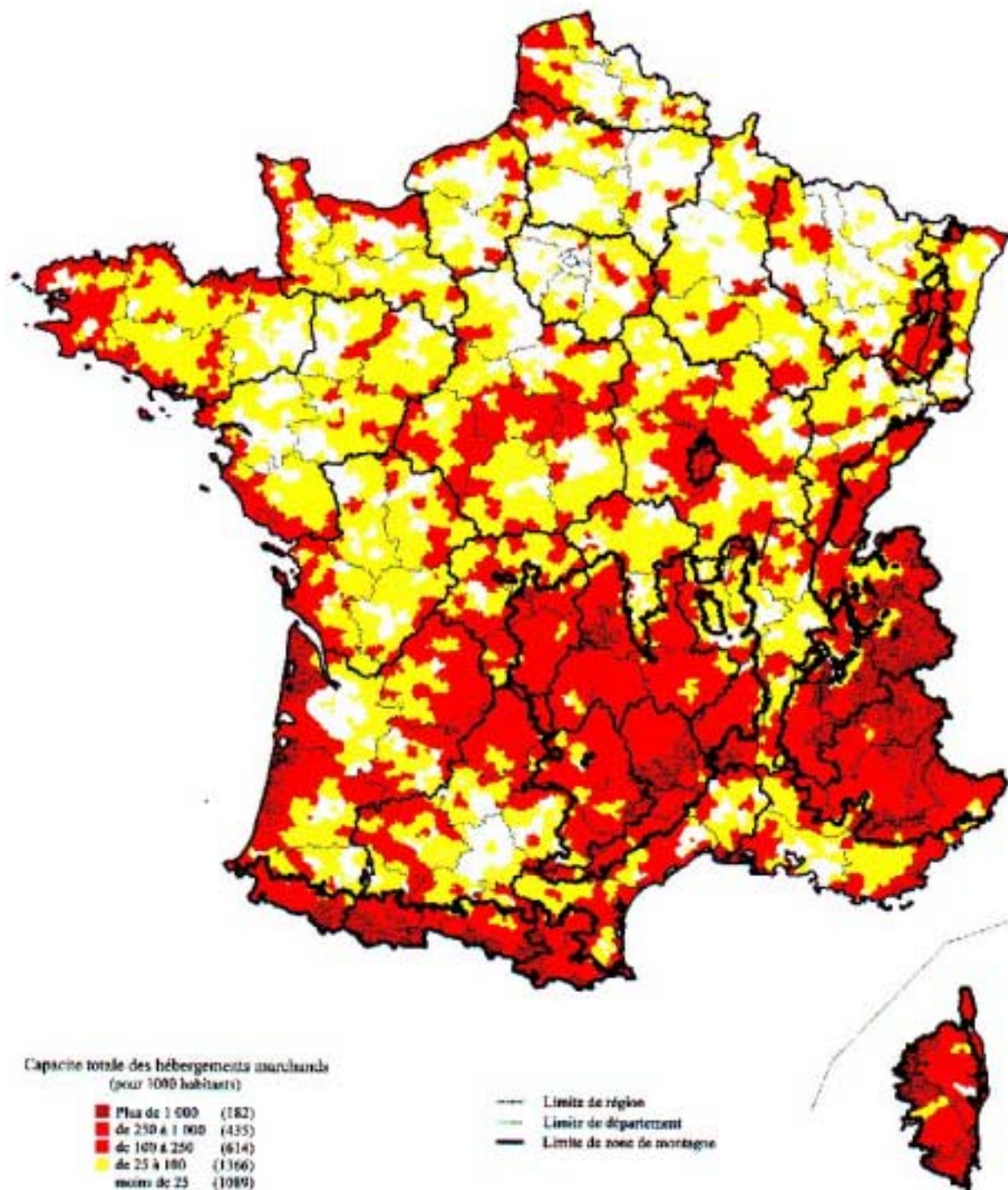
⇒ **Les zones naturelles isolées de haute montagne**, où se développe un tourisme de randonnées été-hiver, voire d'alpinisme et qui bénéficient, par contre, d'une image "montagne" affirmée.

NB : Il existe également des "villes" de montagne ou de piedmont, au potentiel industriel souvent fragile, en position de carrefour de vallée (pouvant parfois intéresser l'hôtellerie de chaîne). Certaines de ces villes se situent hors zone de montagne et à proximité. Elles engendrent une urbanisation diffuse et une fréquentation touristique de proximité dans le milieu montagnard environnant, que nous avons prises en compte.

3-2 UNE SITUATION SOCIO-ECONOMIQUE GENERALEMENT PREOCCUPANTE OU LE TOURISME PREND UNE PART GRANDISSANTE MAIS N'EST PAS LA PANACEE

+ Dans une étude réalisée lors de l'évaluation de la politique de la montagne, SEGESA distinguait 4 types de zones (cf carte ci-contre) :

- a) 53 % de la population montagnarde se trouve dans des cantons en difficulté (Massif Central, Vosges, Centre des Pyrénées, centre des Alpes du Sud et de la Corse) [groupes 3, 6 et 7 de la carte]
- b) 14 % de la population se trouve dans des cantons en "conversion touristique", mais au succès économique non assuré (Est des Pyrénées, Cévennes, Haute Provence, arrière pays côtier Corse) [groupes 2 et 5 de la carte]
- c) 24 % de la population est disséminée dans des cantons sous influence urbaine ou à proximité des côtes, qui ne représentent que 6 % du territoire montagnard [groupe 4]
- d) 8 % de la population se situe dans des cantons "très touristiques" (Haute montagne des Alpes et des Pyrénées, intégrant les 25 "grandes stations") [groupe 1]



© INSEE Inseeville communale 1998, RP 1999

+ Le poids économique du tourisme est globalement prépondérant : les emplois des cafés-restaurants sont plus nombreux que les emplois agricoles ; les revenus des communes touristiques sont supérieurs à ceux des communes non touristiques. La carte ci-contre montre combien la montagne (essentiellement la "moyenne montagne") polarise l'accueil touristique en France.

+ Cependant le nombre de résidences secondaires reste stable (sauf dans les Pyrénées) et celui de l'hôtellerie décroît fortement malgré les politiques publiques de soutien. Les saisons touristiques ont du mal à s'étendre.

Le succès des initiatives touristiques résulte d'abord du "potentiel touristique" du site, de telle sorte que le tourisme ne constitue pas à lui seul un moteur économique solide pour une grande partie de la Moyenne Montagne.

Plus rarement, des acteurs touristiques de grande qualité peuvent cependant "réussir" dans des milieux peu favorables.

3-3 UNE FONCTION SOCIETALE SPECIFIQUE ET IMPORTANTE POUR LE PAYS

Dans un pays (et un monde !) où le milieu urbain devient très majoritaire, la montagne (surtout hors stations) rassemble :

- un immense réservoir d'air pur et de calme
- une nature entretenue mais non polluée
- des groupements humains aux savoir-faire ancestraux, authentiques (la moyenne montagne c'est la montagne habitée de façon permanente)
- un patrimoine bâti, varié et spécifique adapté au relief, au climat et à l'isolement
- des paysages "variés", naturels et créés, d'autant plus "visibles" que la montagne se caractérise par du relief et des versants
- des espaces ouverts, peu clôturés et donc propices à la découverte et à la flânerie
- Les racines de référence de nombreux urbains
- une source historique de mythes et de spiritualité

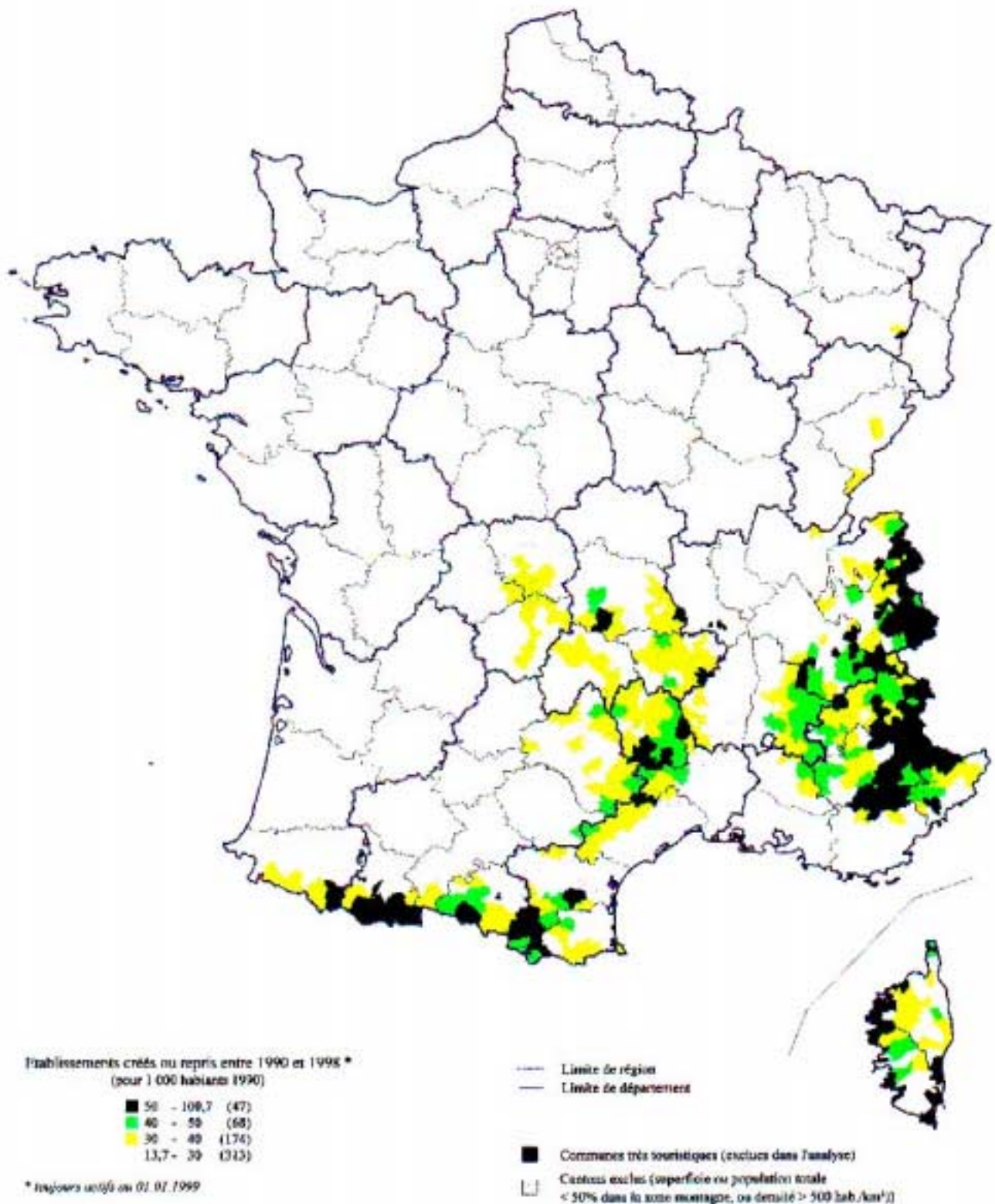
Ces caractéristiques mettent la montagne en face d'attentes socioculturelles fortes : "bien être, naturalité, vitalité douce, esthétique quotidienne" mises en exergue dans les dernières études COFREMCA-SOCIOVISION⁵.

En outre, elles donnent à la montagne et à ses habitants un rôle pédagogique très important notamment vis-à-vis des enfants et des jeunes.

⁵ cf Annexe 4 Etude COFREMCA-NEW DEAL et Annexe 6 fiche 11
Contribution du tourisme au développement durable de la moyenne montagne

3-4 DES ATOUS EN PHASE AVEC UNE DEMANDE TOURISTIQUE ET ENCORE SOUS EXPLOITES

- Les attentes socioculturelles citées ci-dessus génèrent une demande touristique française -mais aussi européenne- en phase avec les caractéristiques du milieu montagnard : paysages, bon air, silence, espaces de liberté, variété d'activités possibles.
- Le potentiel d'offres touristiques nouvelles susceptibles de répondre à cette demande, se situe essentiellement, hors des grandes stations qui ont déjà mis en valeur l'essentiel de leurs ressources.
- La "Moyenne Montagne" dispose d'un potentiel important et peu exploité de nature, de forêts, de paysages, de grands espaces à faible densité humaine, ce qui est relativement rare en Europe Occidentale. (moins en Europe Orientale ...).
- Le développement "intelligent" du tourisme qui doit être respectueux de l'environnement, est souhaitable tant dans un but économique et éducatif, que même pour l'entretien du milieu.
- Les réseaux d'espaces naturels protégés (réserves naturelles, parcs naturels régionaux et nationaux), de par leur notoriété et leurs objectifs, constituent un facteur très favorable au développement du tourisme de nature
- La montagne dispose d'un large patrimoine "authentique" (lié à ses activités traditionnelles d'élevage) tant dans son bâti, que sa culture ou même sa gastronomie.
- Le caractère "artisanal" voire "non marchand" de nombreuses initiatives touristiques en montagne, se différenciant du milieu urbain ... et du tourisme de type industriel de certaines stations, correspond également à une attente socioculturelle récente identifiée.
- Certains secteurs d'activités comme la chasse, et la pêche disposent désormais d'une ressource abondante et bien gérée pour de nombreuses espèces, ce qui peut permettre une intensification de leur "mise en tourisme".
- Les forêts, notamment celles gérées par l'ONF offrent un milieu naturel riche, des infrastructures d'accueil et du personnel de terrain compétent. La mise en valeur touristique (déjà expérimentée dans certaines régions comme PACA) peut y être développée.
- Il en est de même pour ce qui est de l'utilisation des eaux chaudes naturelles, pour la remise en forme et le thermoludisme.



Source: INSEE, SIREN 1999

SEGESA

- L'offre en sentiers de randonnées est abondante, mais l'offre en chemins de promenade familiale, au départ des stations est inférieure à la demande.

- L'agritourisme ne concerne que 2,3 % des exploitations agricoles. Selon une expertise dirigée par l'AFIT, ce nombre pourrait être logiquement quintuplé.

- On note depuis plusieurs années, de nouveaux types d'installations "touristiques" en moyenne montagne :

- d'une part des implantations de résidences secondaires (de la part de français et d'étrangers) mais avec une durée d'occupation effective qui peut dépasser 6 mois par an, voire devenir permanente à la retraite, (propriétaires, parents et amis) soit plus que nombre de gîtes officiels
- d'autre part, de "nouveaux entrepreneurs du tourisme", non plus les "néoruraux" des années 70, mais des personnes plus âgées (la quarantaine) disposant de certains moyens, et souhaitant créer de nouvelles activités tout en changeant de cadre de vie. Cette nouvelle génération n'est pas toujours aidée suffisamment

Cette génération de nouveaux entrepreneurs compétents et motivés constitue une nouvelle chance pour la moyenne montagne.

La carte ci-contre permet d'approcher l'importance de ce phénomène en moyenne montagne.

- Enfin il faut évoquer le développement du commerce électronique (Internet) qui peut grandement faciliter l'accès à des produits touristiques diffus, s'il est bien organisé (référencement, liens).

Cette énumération importante d'atouts ne doit pas laisser penser que "toute la moyenne montagne" peut se développer de manière équivalente. Dans un contexte de forte concurrence, le succès touristique est dépendant de la conjonction, sur un même territoire, d'un ensemble de services et de produits touristiques de qualité.

3-5 DES HANDICAPS QUANT A LA SELECTIVITE DES PRODUITS, L'ORGANISATION, L'OFFRE, L'IMAGE, LE PROFESSIONNALISME ET LE CADRE REGLEMENTAIRE

3-5-1 Certains de ces handicaps tiennent aux conditions générales de la moyenne montagne :

- faiblesse démographique, accompagnée de la disparition ou de l'éloignement de certains services de proximité
- gestion déficiente des espaces : friches, fermeture de milieux, gestion de la forêt ne prenant pas en compte suffisamment l'équilibre du paysage
- banalisation du bâti
- peu de zones de montagne disposent d'un potentiel concentré et varié d'atouts touristiques sinon de notoriété
- l'attractivité de certaines zones peut en outre être (plus que pour d'autres) sujette à des conditions climatiques difficiles et aléatoires (manque de neige l'hiver, tempêtes, brume, pluie, ...)
- aussi, faut-il constater que les différents territoires de montagne ne partent pas à égalité de chances touristiques

3-5-2 D'autres difficultés sont liées aux défauts de dynamisme et d'organisation :

- inertie, refus d'innovation, comportement peu entrepreneurial voire pessimiste d'une partie de la population originelle et de résidents secondaires. Le touriste est parfois encore un "gêneur"
- individualisme des acteurs, renforcé par leur dispersion
- rapports parfois difficiles entre "milieu agricole" et "milieu touristique" (conflits d'utilisation d'espaces entre activités agricoles et activités touristiques de pleine nature, barrières sociologiques, différences de statuts dans l'exercice des professions entre agritourisme, tourisme "associatif" et tourisme "professionnel")
- emprise publique forte (notamment de la part de collectivités territoriales) sur l'économie touristique, justifiée par le peu d'actions privées, mais en contre partie "muselant" certaines initiatives (certains élus ruraux nous ont parlé "d'assistantat" par les aides, ou même de "vassalisation"), ou ne les appuyant pas sur une demande touristique identifiée

- intercommunalité, certes en progression, mais encore faible (cf notamment le cas de certaines petites ou moyennes stations dont les charges ne sont pas supportées par l'ensemble des communes concernées)
- documents intercommunaux d'urbanisme encore peu fréquents

3-5-3 "Les images reçues" de la montagne sont variées et contradictoires. Certes les stations de ski et la haute montagne sont clairement identifiées mais la haute montagne d'été est souvent perçue comme trop sportive ; les espaces ruraux de montagne peuvent être considérés comme ennuyeux, peu ludiques, et souvent confondus avec la campagne. Il y a donc certainement, à la fois un déficit de produits correspondant aux demandes, et un déficit de communication, alors que nous avons précédemment noté que la moyenne montagne pouvait répondre à certaines attentes socioculturelles actuelles.

3-5-4 L'offre touristique de la "moyenne montagne" est souvent déficitaire en qualité et en quantité

- Les hébergements ruraux malgré une certaine organisation et des normes de qualité, ne présentent pas toujours les caractéristiques d'authenticité, d'accueil, de confort, de propreté, d'animation attendues par la clientèle.

On peut cependant noter les efforts exemplaires menés par certaines régions ("hébergements de caractère" en Midi Pyrénées, ...).

L'hôtellerie en milieu rural et en petites stations, malgré les efforts de rénovation appuyés par la puissance publique, demeure en grande difficulté.

Il semble que les coûts de transmission du patrimoine hôtelier et les conditions de travail du personnel constituent les raisons essentielles de ce constat.

Des logements sont encore vacants (souvent pour cause d'indivision) alors qu'ils pourraient être utilisés pour le tourisme (cas notamment de la Corse). Cela incite à construire de façon plus ou moins heureuse, hors des villages existants.

Nos refuges de montagne ne présentent pas des qualités d'accueil et d'hébergement au niveau des désirs des usagers ... et des refuges des autres pays européens.

- Les petites et moyennes stations de ski alpin et de fond ont du mal à se positionner différemment des grandes stations à enneigement garanti, alors que précisément elles n'ont pas les mêmes atouts séductifs ni les mêmes clientèles. Elles sont confrontées à de grandes difficultés pour effectuer les opérations minimales de renouvellement et d'amélioration de leur outil de production (remontées mécaniques, neige de culture, aménagements urbains, ...).

- Les stations thermales, confrontées au risque futur de non remboursement de certaines cures, ont des problèmes équivalents : dépenses obligatoires pour l'hygiène des équipements de crénothérapie et pour les équipements urbains, manque de conviction et problèmes financiers pour diversifier leur offre vers la remise en forme et le thermoludisme.

3-5-5 Les initiatives touristiques en moyenne montagne manquent encore de professionnalisme, par exemple, l'agritourisme présente parfois un caractère "familial", à préserver, mais pêche encore par un manque de formation touristique.

- Le tourisme de découverte de la nature, est une "nébuleuse" plus qu'une filière bien organisée.

- L'ingénierie touristique n'est pas toujours présente ni de bonne qualité et le portage des dossiers insuffisant.

- La commercialisation touristique est surtout supportée par les réseaux d'hébergements ruraux où l'offre d'animation (point sensible pour la clientèle) n'est pas assez convaincante. Le système de redevance réciprocaire pour le ski de fond a permis le développement de cette activité, mais en freine désormais la commercialisation.

- Les grands Organismes de voyages semblent encore peu intéressés par la Moyenne Montagne, même si cet état d'esprit change lorsqu'une offre intéressante est présélectionnée (cf expérience des "Villages de Montagne").

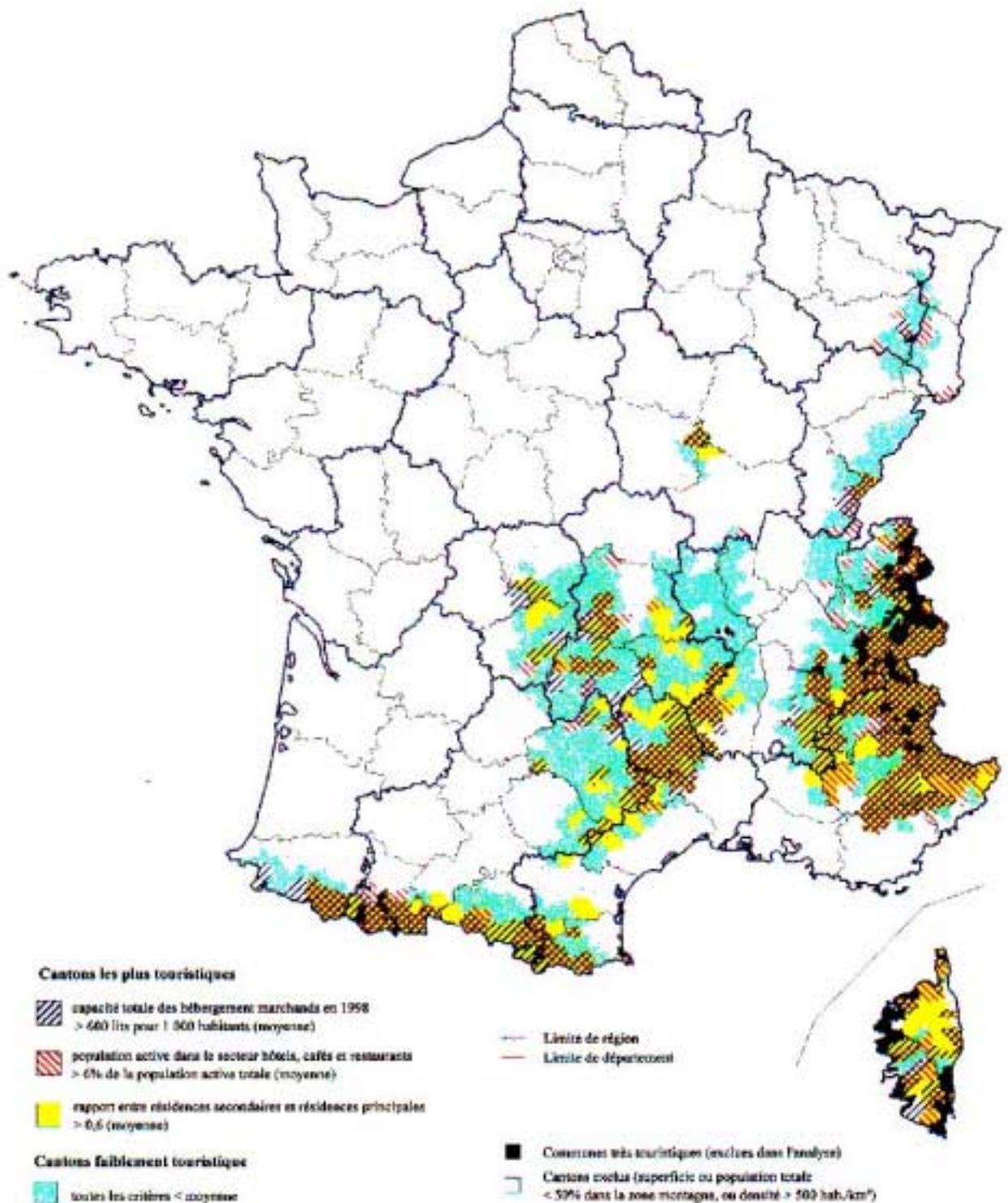
- "Maison de la France" apparaît encore trop centrée sur les produits des grandes stations.

- La multiplication récente de divers labels nationaux et régionaux ne facilite pas les choix par la clientèle.

En résumé le client n'arrive pas à s'y retrouver ... pourtant le professionnalisme devrait être d'autant plus important que l'offre est dispersée et peu connue.

3-5-6 Le cadre juridique et fiscal des activités est encore mal adapté aux spécificités de la montagne

- D'une façon générale, on remarque un manque d'attractivité croissant des métiers du tourisme (surtout : hôtellerie, restauration), en rapport avec d'autres moyens de subsistance (horaires chargés, disponibilité importante vis-à-vis du client, saisonnalité, coûts d'investissements et de fonctionnement).



Source: INSEE 1999 RP, INSEE 1996 emploi au lieu de travail, INSEE 1998 inventaire communal

SEGESA

Cela est encore plus vrai en Moyenne Montagne, où le régime de la pluriactivité est très fréquent. Or il semble que les projets des pouvoirs publics pour l'amélioration du statut de la pluriactivité ne se soient pas encore complètement concrétisés.

- Les systèmes d'aides au développement touristique en montagne hérités du passé sont encore parfois trop centrés sur les grandes stations (ex : Dotation Touristique).

- D'autres aides peuvent avoir des effets pervers (ex : reforestations inopportunes, rénovation trop standardisée de l'hébergement et de l'habitat).

- Les réglementations sur les constructions sont parfois mal adaptées à certains milieux diffus montagnards : cas de la procédure UTN (Unité Touristique Nouvelle), des bâtiments isolés en haute montagne ("chalets d'alpage"), ..., des règles de sécurité et d'hygiène dans les refuges.

3-6 EN RESUME : LE TOURISME EN MOYENNE MONTAGNE, UN VERITABLE ENJEU POUR LE PAYS

3-6-1 En résumé de ces constats, nous avons la conviction que l'espace montagnard français dans son ensemble –mais surtout hors grandes stations- constitue effectivement un enjeu national et régional important pour trois raisons essentielles :

a) La montagne française hors grandes stations constitue une part importante du territoire national, dans une situation socioéconomique souvent difficile

b) La "montagne" existe dans l'opinion française et européenne, elle est identifiée et a des valeurs spécifiques, fortes et modernes, même si les images perçues et la production touristique ne sont pas actuellement en concordance avec ces valeurs. La "moyenne montagne" elle-même a des caractéristiques différentes de la "campagne"

c) Le potentiel de développement de l'offre touristique et d'amélioration de son organisation est significatif, surtout en dehors des grandes stations. Ce développement touristique peut être mis en œuvre dans le cadre d'un développement durable, intégrant l'ensemble des activités montagnardes et assurant un avenir humain et une bonne gestion de ces espaces

3-6-2 Cependant le tourisme n'est pas la panacée. Tous les territoires montagnards n'ont pas le même potentiel (cf carte ci-contre) et la concurrence française et étrangère est forte, rendant inopportuns des investissements mal conçus et mal situés.

Par ailleurs ce développement touristique nécessite certainement un partenariat plus efficace des acteurs et un professionnalisme accru.

4 – UN PLAN D' ACTIONS POUR LE TOURISME EN "MOYENNE MONTAGNE"

Compte tenu des constats précédents, il paraît nécessaire que le gouvernement arrête un plan concernant le tourisme durable en Moyenne Montagne.

- Ce plan serait coordonné par une "Mission nationale" placée auprès du Premier Ministre.

- Ce plan est fondé sur 2 axes stratégiques :
 - une démarche sélective dans le choix des territoires les plus aptes au développement touristique, et une dynamisation des partenariats, tant au niveau local, que des massifs

- Ce plan se décline dans 4 domaines de l'activité touristique : la promotion, l'offre, la professionnalisation, le cadre réglementaire

L'Etat, de par sa moindre implication dans les problèmes locaux est sans doute le plus à même de mettre en avant, en accord avec les professionnels et les élus, les principes de sélectivité et de partenariat, principes qu'il doit également appliquer à la coordination et au choix des initiatives de ses divers départements ministériels.

4-1 UNE MISSION NATIONALE "TOURISME EN MOYENNE MONTAGNE"

MESURE 1

➤ Nous proposons la mise en place auprès du Premier Ministre d'une mission interministérielle "Développement du Tourisme en Moyenne Montagne" comprenant des représentants des divers ministères intéressés et des personnalités socio-professionnelles et politiques représentatives de la montagne, désignées au sein du Conseil National de la Montagne par sa Commission permanente et présidée par une personnalité issue de préférence du milieu socio-professionnel.

Cette mission serait mandatée pour la période 2000-2006.

➤ Les rôles de cette mission seraient :

MESURE 2

a) de faire connaître le plan "Tourisme Moyenne Montagne", suivre son adaptation aux situations des différents massifs et sa réalisation, de dresser un inventaire des ressources budgétaires déjà existantes à compléter éventuellement d'évaluer les résultats, à mi-plan et en fin de plan.

MESURE 3

b) d'intégrer les principales orientations aux schémas nationaux de services collectifs

En effet, malgré son importance économique et sociale le tourisme ne fait pas l'objet d'un schéma spécifique. Il n'est abordé dans les différents schémas, que sous ses rapports avec les objets essentiels de ces schémas, notamment dans le schéma des espaces naturels et ruraux où le tourisme constitue une simple "aménité".

Le groupe de travail souhaite que, dans ce dernier schéma, le tourisme rural et montagnard fasse l'objet d'orientations "à part entière" et que les principaux constats et orientations du présent rapport puissent y être introduites.

Notamment :

- l'importance économique du tourisme en Moyenne Montagne qui devient un des enjeux prioritaire de ces espaces
- l'intérêt de développer le tourisme dans une problématique de développement durable et les conditions d'un tel développement
- le fait que certains territoires se prêtent mieux que d'autres à un développement touristique important
- les efforts à porter sur la mise en place de partenariats dynamiques, sur la professionnalisation des acteurs.

Dans le prolongement du CIADT du 18 mai 2000, le tourisme en Moyenne Montagne constitue une activité déterminante pour répondre au choix stratégique majeur concernant les "zones menacées de déprise".

c) de suivre la mise en œuvre des mesures d'ordre réglementaire

d) de piloter les actions de niveau national du plan "Moyenne Montagne" tant sur le plan technique que financier (cohérence des marques et labels, campagnes nationales d'image)

MESURE 4

e) de faire émerger une politique européenne du tourisme de montagne

L'ouverture des frontières aux clientèles et aux professionnels du tourisme européens, la mise en place de l'Euro, se font sans que l'on ait pu régler certaines discordances au niveau des réglementations touristiques de chaque Etat (exemple : réglementations des constructions, encadrement des activités sportives, prise en compte de l'environnement), même si des conventions ont été signées pour certains massifs (convention alpine) et divers rapports réalisés ou en cours.

Par ailleurs les atouts et contraintes de la montagne européenne (qui représente environ 25 % de sa superficie) méritent d'être identifiés et de faire l'objet d'actions et de mesures communautaires spécifiques destinées à développer le tourisme montagnard européen dans sa diversité dans un contexte de forte croissance du tourisme inter continental.

Dans ce domaine, la mission nationale "Tourisme Moyenne Montagne" aurait notamment pour rôle d'établir l'état des propositions déjà faites et des questions à résoudre, afin d'élaborer un programme actualisé d'actions en la matière.

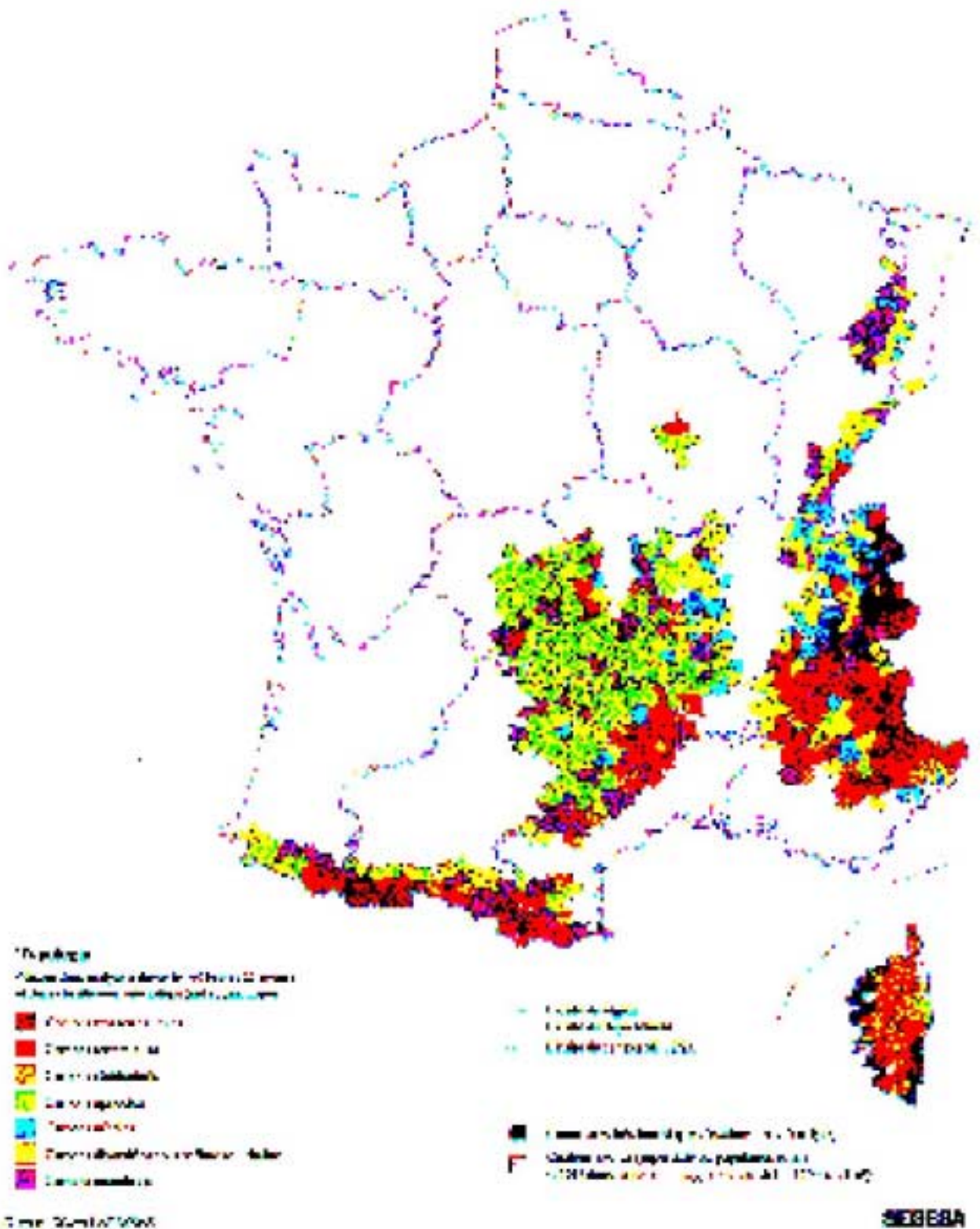
f) de coordonner l'action des différents services de l'Etat concernés par le plan

MESURE 5

➤ La "mission" disposerait pour ces tâches du Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne (SEATM), repositionné, renforcé et déployé, en liaison avec les autres services concernés (notamment l'AFIT [Agence Française d'Ingénierie Touristique])

Les missions du SEATM seraient redéfinies dans le cadre d'une "lettre de mission" intégrant explicitement la Moyenne Montagne -sans exclure son rôle vis-à-vis des grandes stations- et les axes et domaines d'actions du présent plan.

La DATAR qui assure déjà le secrétariat du Conseil National de la Montagne et de ses commissions, pourrait également prendre en charge le secrétariat de la mission.



4-2 DEUX AXES STRATEGIQUES : SELECTIVITE DES TERRITOIRES, DYNAMISME DES PARTENARIATS

4-2-1 PROMOUVOIR EN PRIORITE LA MISE EN VALEUR DES TERRITOIRES OFFRANT LE MEILLEUR POTENTIEL

4-2-1-1 Les critères de sélection

Depuis de nombreuses années les politiques publiques de développement du tourisme par "territoire" ont été mises en oeuvre (pays d'accueils touristiques, stations touristiques), le fondement de ces politiques étant d'aider de façon conjointe et cohérente les divers éléments concernant le séjour des touristes.

Cependant la délimitation et le choix des territoires semblent avoir été par trop administrés de l'extérieur sans rapport direct avec la richesse de leur potentiel humain et naturel.

Le groupe de travail s'est attaché à approcher les critères permettant de sélectionner les territoires en fonction de leur chance de succès futur.

Trois grilles de critères sont apparues essentielles et complémentaires à appliquer dans une perspective de développement durable :

- a) le potentiel du territoire
- b) la dynamique d'initiatives privées
- c) la volonté politique se traduisant par une intercommunalité

La carte ci-contre propose une typologie des cantons de montagne intégrant les critères a) et b).

a) Le potentiel du territoire

Le territoire devra contenir dans un périmètre restreint (maximum 1h de transport) :

- un capital "nature" de qualité (paysage, faune, flore, calme)
- un patrimoine culturel important matériel (bâti, ...) et immatériel (animations, fêtes, marchés, traditions, gastronomie,...)
- un potentiel d'activités été-hiver : "panier" de propositions "crédibles" en toutes saisons (en rapport avec les attentes actuelles des clientèles), par exemple : promenades pédestres et en raquettes, ski alpin ou fond, eaux vives, eaux chaudes, possibilités de baignades, ...
- l'ensemble des services de première nécessité pour la vie de tous les jours (épicerie, pharmacie, distributeur bancaire, poste, médecin, garderie, lieu de culte, ...)

TYPOLOGIE TOURISTIQUE DES CANTONS DE MOYENNE MONTAGNE

La SEGESA, à la demande de la "mission", a élaboré une typologie spécifique des cantons de la moyenne montagne au regard du tourisme. La méthode utilisée pour mettre en évidence les disparités territoriales et identifier les types d'espaces a fait appel aux techniques classiques de l'analyse factorielle et de l'analyse de groupe multivariée.

Dans un premier temps, les communes support du grand tourisme de neige ont été identifiées, sur la base de leur capacité d'accueil touristique marchand et/ou du chiffre d'affaires des remontées mécaniques. 115 communes, qui représentent en gros le tiers de potentiel touristique de la montagne ont alors été exclues du champ de l'analyse qui porte en définitive sur 600 cantons. Sur ces cantons, **23 critères représentatifs** de l'intensité du tourisme, de sa diversité, de son environnement géographique et économique général ont été sélectionnés.

La **classification multicritère** permet de constituer des groupes qui sont les plus homogènes possibles quand à leurs caractéristiques internes et qui présentent le maximum de différences avec les autres groupes. L'affectation d'un canton à un groupe signifie que globalement il est plus proche du "centre" de ce groupe que de celui de n'importe quel autre groupe. Il est à noter que la dénomination des groupes est un "raccourci" qui s'applique à la généralité des cantons leur appartenant, et qu'elle peut se trouver plus ou moins adaptée pour tel ou tel canton particulier. Après plusieurs essais, **7 groupes ont été identifiés**.

Trois groupes apparaissent significativement marqués par le fait touristique :

- Dans le premier, qualifié de "**très touristique**", les trois indices d'importance du tourisme (emploi, capacité d'accueil, résidences secondaires) sont 4 à 5 fois supérieurs à la moyenne. Allant de paire, la densité commerciale est très élevée, de même que les ressources des communes. Dans ces espaces fondamentalement ruraux, où la densité n'est que de 8 hab/km², le tourisme a complètement transformé l'économie traditionnelle. Le tertiaire procure 80 % de l'emploi, la population est jeune, l'emploi féminin élevé et le chômage faible. La population s'accroît et on observe une très forte dynamique entrepreneuriale. Les 23 cantons qui le composent sont presque toujours dans la haute montagne en périphérie des grandes stations (2 cantons seulement sont dans le Massif Central).
- Le second groupe : "**touristique**", présente des caractéristiques similaires mais plus atténuées. L'emploi dans les hôtels cafés restaurants est cependant à 10 %, les résidences secondaires deux fois plus nombreuses que les principales. Il bénéficie d'apports migratoires significatifs et d'un bon niveau de créativité pour de nouveaux établissements. La géographie de ces 91 cantons désigne principalement les Alpes et les préalpes du Sud, la partie orientale des Pyrénées, le rebord Cévenol.
- Le troisième groupe est qualifié de "**résidentiel**", car le tourisme s'appuie essentiellement sur les résidences secondaires (leur capacité est 8 fois plus élevée que celle des hébergements marchands). Les indices touristiques dépassent en général le niveau moyen, mais l'attractivité touristique va de paire avec une forte immigration, sans doute constituée de retraités (l'indice de vieillissement est très élevé) et de personnes en situation précaire (cf taux de chômage).
- Les autres groupes ne sont pas structurés par l'économie touristique. Ils se différencient par rapport au fait urbain (groupe de cantons ayant une petite ville à leur tête, groupe sous influence urbaine), ou par leur activité dominante, industrielle ou agricole. Dans ce dernier groupe, le tourisme vert, bien que présent sous la forme des résidences secondaires, est loin de pouvoir prendre le relais de l'agriculture qui occupe 10 fois plus d'emploi que les hôtels, cafés, restaurants.

Au total, un canton de moyenne montagne sur quatre peut être qualifié de touristique.

Il est souhaitable que le territoire puisse s'appuyer sur des notoriétés existantes (on sait que faire exister ex nihilo une "marque" demande des dépenses et un temps très importants).

Enfin il devra, si possible, bénéficier d'une desserte aisée pour la clientèle individuelle et de groupe (proximité d'autoroutes, de lignes SNCF, d'aéroports, d'agglomérations importantes).

A l'inverse, il devra sans doute éviter de s'étendre à des espaces périphériques ne présentant pas d'intérêts sensibles pour l'animation touristique, et pouvant au contraire générer des charges, alourdissant le projet (ex : équipements de loisir trop excentrés).

b) La dynamique d'initiatives privées

L'économie est d'abord une affaire d'entrepreneurs.

Le territoire devra donc intéresser des entrepreneurs touristiques susceptibles de mettre en valeur les différentes facettes de son potentiel, en rapport avec les attentes de clientèle. Un "repérage" et une "évaluation" de ces acteurs doivent donc également être effectués.

Il ne faudra pas se limiter aux acteurs déjà présents sur le site, mais également prospecter de nouveaux acteurs susceptibles de s'intéresser à tout ou partie du potentiel. L'émergence de ces acteurs constitue une chance nouvelle et forte pour ces territoires.

La volonté de ces entrepreneurs de se regrouper sous formes dynamiques pour "les services communs" liées au développement touristique (fixation du programme d'ensemble, réalisation et gestion d'équipements et de réseaux touristiques structurants, animation promotion commercialisation, suivi qualité, observatoire local du tourisme, ...) devra également être testée.

Le groupe de travail a constaté qu'en l'état actuel, une telle dynamique collective était faible (dans les offices de tourisme par exemple), à la fois du fait du manque d'initiatives des entrepreneurs privés et du fait de l'attitude de certaines collectivités publiques souhaitant fortement maîtriser le développement et l'affectation de leurs crédits.

c) La volonté politique se traduisant par une intercommunalité

La dynamique privée nous semble devoir être accompagnée nécessairement par une réelle volonté politique.

La planification générale du développement, la réalisation des infrastructures et services publics accompagnant ce développement, le respect des grands équilibres humains et naturels du site, sont du ressort indéniable des collectivités locales regroupées dans une forte intercommunalité.

Par contre la gestion publique d'une activité touristique ne devrait être que partielle ou provisoire.

Concernant les "services communs touristiques" le rôle des collectivités nous semble être seulement d'accompagner leur gestion, qui gagnera à rester sous dynamique privée.

L'intercommunalité permettra d'intégrer l'ensemble des communes concernées par le site afin d'éviter les situations où certaines communes supportent seules les infrastructures lourdes ou des efforts de protection et de gestion de l'environnement et des paysages, alors que les communes voisines bénéficient de l'implantations d'activités ou d'hébergements.

4-2-1-2 Le mode de sélection des territoires et le suivi de leur développement

La proposition ci-dessus se situe dans le cadre contractuel des politiques de massif. Le groupe de travail suggère donc que l'identification des territoires soit effectuée par l'organe chargé de l'exécution de chaque convention de massif sur proposition d'un "comité d'expansion touristique de massif". Les études préalables (notamment de clientèle) et l'appui technique pourraient être apportés par une "Agence d'ingénierie de massif"⁶.

4-2-1-3 L'appui technique et financier aux territoires identifiés

MESURE 6

Les territoires identifiés feraient l'objet de "contrats de pôles touristiques" dans le cadre des conventions de massif, avec la participation active des conseils régionaux et généraux, et l'appui des crédits européens dans les zones éligibles.

Ces contrats constitueraient "l'ossature" du volet Tourisme des conventions de massif.

4-2-1-4 Soutien aux initiatives privées isolées particulièrement intéressantes

MESURE 7

Si les pôles touristiques constituent la base des actions touristiques des massifs, il ne faut cependant pas exclure d'aider certaines initiatives situées hors de ces pôles dans la mesure où il s'agit d'entrepreneurs touristiques de grande qualité, intégrés à des réseaux commerciaux efficaces, et pas seulement de collectivités motivées.

⁶ cf 4-2-1-1 fin

4-2-2 PERMETTRE LA CONSTITUTION DE PARTENARIATS DYNAMIQUES AUX DIFFERENTS NIVEAUX GEOGRAPHIQUES

La mise en place ou le renforcement des pôles touristiques, et plus largement, l'organisation du tourisme en montagne suppose un partenariat public-privé étroit qui ne s'est réalisé pour le moment que partiellement.

C'est pour cela que le groupe de travail a estimé qu'il fallait faire des propositions structurelles spécifiques pour favoriser ce partenariat.

Il est important de noter que les propositions structurelles ci-après ne viennent pas se superposer à des organismes existants, mais les prennent en compte, dans un souci d'efficacité. C'est notamment le cas pour les Offices de Tourisme et pour les sections "tourisme" des Comités de Massif.

4-2-2-1 Donner un cadre spécifique aux regroupements nécessaires des professionnels du tourisme

MESURE 8

Au niveau du territoire

Une proposition de création de "structure touristique locale" avait été formulée il y a une quinzaine d'années pour les grandes stations de sports d'hiver.

Trois éléments militent très fortement pour son actualisation :

- il s'agit ici de donner aux élus et professionnels de territoires peu denses et des petites stations, la possibilité d'agir ensemble.
- l'intégration de Pays disposant déjà de telles structures dans l'Union Européenne rend utile et possible sur le plan juridique une organisation ayant des buts similaires en France.
- l'existence de ces structures dans les pays de l'Arc Alpin, influe sur la concurrence avec la production touristique française.

Les acteurs publics et privés auraient la possibilité de se regrouper dans une "société locale de développement touristique durable" dont le groupe de travail a ébauché les missions, la composition, les statuts et le financement.

✧ Les missions de cette société pourraient être :

- l'élaboration des grands axes de développement touristique du territoire pertinent
- la programmation d'équipements publics liés à l'activité touristique et la maîtrise d'ouvrage ou la gestion d'équipements touristiques structurants mais d'équilibre économique difficile
- l'appui, l'intégration, la recherche d'initiatives, privées ou non, cohérentes avec le territoire et son projet
- l'observation de l'évolution de l'offre, de la fréquentation, des clientèles
- l'évaluation qualité
- la communication, la promotion du territoire
- l'animation touristique
- l'information et l'accueil

En outre cette société pourrait veiller à la pertinence des systèmes de réservation touristique dans le territoire.

A ce titre la "société" reprendrait les missions d'organismes existants (Office de Tourisme, Syndicat d'Initiative, ...).

✧ Les membres de cette société seraient :

- les élus dans l'intercommunalité
- les socioprofessionnels spécialement intéressés à l'activité touristique regroupés par filières (hébergements, agents immobiliers, activités de loisirs, commerces touristiques)
- les autres socioprofessionnels du site (artisans et autres commerçants, agriculteurs, forestiers, le milieu associatif)

✧ Les statuts d'une telle société ne semblent pas facilement trouver un cadre adéquat parmi les structures juridiques existantes. Car l'idée maîtresse est que la société ait un statut commercial.

Le groupe de travail jugerait opportun (y compris en terme d'effet d'annonce) qu'un statut spécial soit créé, s'inspirant des SAOS⁷, où la majorité des actions soient détenues par l'ensemble : collectivités publiques + entreprises touristiques ; la part publique pourrait être minoritaire.

⁷ Sociétés Anonymes à Objet Sportif

Extrait de la nomenclature INSEE

Première sélection d'activités touristiques

HEBERGEMENT, RESTAURATION

- 67.01 Restaurants et cafés restaurants
- 67.04 Débit de boissons
- 67.05 Cafés tabacs
- 67.06 Débits de boissons avec spectacle
- 67.07 Cafés polyvalents
- 67.08 Hôtels restaurants
- 67.09 Hôtels
- 67.12 Hébergements vacances en dur
- 67.13 Hébergements vacances légers

SERVICES AU TOURISME

- 54.03 Fabrication réparation bateaux de plaisance
- 64.44 Commerce de détail optique photographique
- 64.47 Commerce de détail d'articles de sport
- 70.01 Transport fluviaux de voyageurs
- 74.09 Agences de voyage
- 80.04 Location voitures
- 86.06 Spectacles et services récréatifs
- 86.08 Services annexes aux spectacles
- 86.09 Jeux de hasard et d'argent
- 86.10 Gestion d'équipements et centres sportifs
- 86.11 Remontées mécaniques
- 86.12 Sportifs professionnels
- 96.12 Conservation du patrimoine culturel public
- 96.14 Gestion équipement culturels privés
- 96.21 Conservation du patrimoine culturel privés
- 96.22 Gestion équipement culturels privés
- 96.24 Gestion équipements sportifs privés
- 97.12 Offices de tourisme

Extrait du Code Général des Collectivités Territoriales

(Deuxième partie : la commune, livre III finances communales, section VI taxes particulières aux stations)

Sous-section II Taxe communale sur les entreprises spécialement intéressées à la prospérité de la station

Article L2333-47 : Une taxe sur les entreprises spécialement intéressées à la prospérité de la station peut être instituée dans certaines catégories de stations. Son produit à la même affectation que la taxe de séjour.

Article L2333-48 : Des décrets en Conseil d'Etat fixent le maximum et déterminent les modalités d'assiette et de perception de la taxe mentionnée à l'article L2333-47.

✧ Le financement de la société viendrait

- d'une part de ses recettes d'exploitation

- d'autre part de ressources spécifiques à caractère public pour lesquelles plusieurs hypothèses complémentaires ont été envisagées :

MESURE 9

- Mise en œuvre des articles L-2333-47 et L-2333-48 du Code Général des Collectivités Territoriales pour appliquer la taxe sur les entreprises spécialement intéressées à la prospérité du site, en extension de la taxe de séjour (pour les hébergements) et de la taxe montagne (pour les remontées mécaniques). Pour simplifier l'application de cette taxe, seules y seraient assujetties les entreprises manifestement touristiques sur la base de la nomenclature INSEE. Cette mesure nécessite certainement la publication d'un décret en Conseil d'Etat, lequel décret laisserait le libre choix aux structures intercommunales concernées de l'instituer ou pas (comme la taxe de séjour ou la taxe montagne sur les remontées mécaniques) avec éventuellement une période de test. (cf tableau ci-contre)
- Une contribution des collectivités locales à due proportion de l'activité touristique et fonction des objectifs touristiques.

✧ La société serait bien sûr, dotée de moyens humains et dirigée par un "Directeur de pôle touristique", véritable coordonnateur technique de l'ensemble des activités touristiques du pôle

MESURE 10

➤ Au niveau du massif, les acteurs touristiques pourraient se regrouper dans un "comité d'expansion touristique du massif", également à majorité privée et émanant progressivement des sociétés locales de développement touristique

Ses missions seraient :

- d'identifier les territoires à fort potentiel et de donner un avis sur les stratégies et les programmes opérationnels de ces territoires
- d'identifier et d'apprécier les projets à soutenir sur l'ensemble du massif dans l'optique du développement durable
- de diriger la promotion du massif et de son image
- d'organiser un observatoire touristique du massif
- de donner un avis sur les programmes de formation et d'aide au conseil
- d'évaluer régulièrement les politiques spécifiques menées

Sur les massifs frontaliers, les collaborations internationales en matière de tourisme pourraient être largement développées (circuits, parcs naturels, ...).

Nous proposons que ce comité d'expansion touristique soit issu du Comité de massif, rénové, (dont il constituerait la "section tourisme") et comprenne autant de socio-professionnels que d'élus : ce comité serait doté de moyens de fonctionnement de ses membres et d'un secrétariat permanent en lien avec le Commissaire de Massif.

MESURE 11

Il disposerait d'une agence d'ingénierie touristique de massif, (véritable "pôle de compétence") placée sous son autorité et tenant compte des structures d'ingénierie plurisectorielle de massif envisagées

Cette agence aurait pour rôles :

1°) de repérer dans le massif des territoires à fort potentiel et d'y susciter les initiatives locales

2°) d'analyser à l'échelle du massif, les propositions concernant les territoires et les différents projets présentés au Comité

3°) de monter et gérer l'observatoire touristique de massif, en liaison avec les observatoires départementaux, régionaux et nationaux existants

4°) de répondre à toute demande d'étude et d'expertise que lui formulerait le Comité d'expansion

Le Directeur de l'Agence rapporterait devant le comité.

Cette Agence serait dotée d'un personnel permanent et ferait appel à des compétences publiques ou privées par voie de conventions

4-2-1-2 Soutenir la coopération touristique entre collectivités territoriales

MESURE 12

MESURE 13

□ La mise en place d'une intercommunalité touristique au niveau des pôles s'accompagnerait de la mise en place de la Taxe Professionnelle unifiée et d'une Taxe de Séjour sur l'ensemble du territoire.

MESURE 14

La productivité de la taxe de séjour (estimée à 30 % actuellement) pourrait être sensiblement augmentée ne serait-ce qu'en en confiant le recouvrement aux services fiscaux.

Rappelons que dans notre esprit cette intercommunalité est un critère de base de définition des pôles touristiques.

MESURE 15

□ Articulation avec les "pays"

Cette structure intercommunale touristique établie sur un territoire limité et pertinent, trouvera sa place à l'intérieur des "pays", d'une dimension géographique beaucoup plus vaste et n'ayant pas vocation à accueillir partout également une fréquentation touristique, même si certains sujets transversaux (les accès et transports, la pluriactivité, l'image si le pays à un "nom", ...) méritent d'être abordés globalement au niveau des "pays".

La contractualisation touristique des pôles touristiques a vocation à s'inscrire dans le cadre de la charte et de la contractualisation plus globale des "pays".

MESURE 16

□ Les collaborations entre collectivités émettrices de touristes et collectivités réceptrices de touristes devront être favorisées (il s'agit d'une idée ancienne, mise en place pour certains stades de neige ou stations comme Le Margeriaz (73) ou Les Agudes (31)).

De telles collaborations semblent indispensables lorsque des collectivités émettrices importantes sont proches de la moyenne montagne et ont une influence directe en terme de fréquentation et de constructions (exemples : Chambéry et Les Bauges, Grenoble et Le Vercors-Nord).

Elles peuvent concerner la planification urbaine, les transports, les dispositifs d'accueil de jeunes, (infrastructures, encadrement, projet d'animation⁸, ...) et peuvent aller jusqu'à des participations croisées à des structures de maîtrises d'ouvrage et de gestion.

⁸ Cf expérience récente suivie par l'Association des Maires des Stations Françaises de Sports d'Hiver et d'Été (AMSFSHE)
Contribution du tourisme au développement durable de la moyenne montagne

4-3 QUATRE DOMAINES D'ACTIONS

4-3-1 PROMOUVOIR L'IMAGE DE LA MONTAGNE DANS SES SPECIFICITES ET SA DIVERSITE

MESURE 17

4-3-1-1 "Valider" les "valeurs" de la montagne

Nous avons identifié un certain nombre de valeurs portées par la montagne. Avant de faire de la communication autour de ces valeurs auprès des clientèles potentielles françaises et étrangères comme des acteurs locaux du tourisme, il est utile de valider auprès d'un échantillon de ces populations le contenu précis de ces valeurs et les modes adéquats d'expression. Ceci nécessite une prestation d'études spécialisée. Une des clientèles (parmi d'autres) qui mériterait d'être étudiée est celle des seniors, dont l'attrance pour la moyenne montagne est encore peu cernée mais pourrait être importante.

MESURE 18

4-3-1-2 Faire partager ces valeurs aux acteurs du tourisme montagnard

Il s'agit, en fait, d'apporter ces informations nouvelles sur le terrain (producteurs, intermédiaires, élus, administrations, ...) et plus largement de changer un état d'esprit trop largement répandu : les habitants de la montagne doivent se battre aussi pour faire valoir leurs atouts, au lieu de se restreindre à l'affichage et à la compensation de leurs handicaps.

A cet effet, dans le cadre de l'application "Marketing" de l'étude COFREMCA-SOCIOVISION, des séminaires de travail pourront être organisés au niveau des divers massifs et plus spécialement dans les pôles touristiques.

MESURE 19

Une dynamique du succès ("faire connaître les réussites") devrait être menée par les organismes touristiques de massif et nationaux (PAM⁹) ainsi que la mission "Moyenne Montagne".

4-3-1-3 Rendre la montagne plus séduisante pour les touristes autour de ses valeurs propres et dans une diversité de positionnements

MESURE 20 MESURE 21

□ Il s'agit de continuer à aider au niveau national les campagnes ciblées d'image hiver et été menées par PAM, ainsi qu'au niveau des différents massifs organisés (dans le cadre des conventions interrégionales de massif), et pour les zones à fort gisement touristique (contrats de pôles).

⁹ Les Professionnels Associés de la Montagne

MESURE 22

▫ Ces campagnes devront s'appuyer sur des produits d'appel de qualité en phase avec les attentes actuelles des clientèles et utiliser les notoriétés existantes (notamment celles des Parcs et autres espaces protégés)

4-3-1-4 Mieux ouvrir les grands réseaux commerciaux français et étrangers aux produits et destinations de qualité hors grandes stations

MESURE 23

Notamment le GIE Maison de la France, pourrait davantage promouvoir été et hiver, certaines petites stations et produits ruraux de montagne avec une sélection sur la qualité des sites et produits.

4-3-2 AMELIORER ET DEVELOPPER L'OFFRE DANS UNE LOGIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

4-3-2-1 Aider au (re)positionnement réaliste des différentes offres touristiques

MESURE 24

➤ Il s'agit de poursuivre des audits de repositionnement des diverses stations thermales et de ski alpin et de fond (proposés par le SET et la DATAR) et d'assurer, à la suite de ces audits, un suivi pour la mise en application des conclusions de ces audits.

Il s'agit bien de redéfinir les lignes essentielles de produits de chaque station en fonction de son offre, de son marché et de ses concurrents dans le cadre d'une politique personnalisée de diversification.

Dans les zones à fort potentiel ces audits pourront déboucher sur des contrats de pôles financés par l'Etat.

MESURE 25

➤ Ces audits pourront poser des problèmes de reconversion partielle, voire même dans les cas extrêmes, de reconversion totale.

Avec l'expérience des milieux agricoles et industriels, des aides spécifiques pourraient être proposées (plans sociaux, aides au démontage de certains équipements, ...) par les agences d'ingénierie de massif.

MESURE 26

➤ Les équipements de tourisme associatif, très nombreux en Moyenne Montagne sont concernés par cette problématique.

Les équipements situés hors des pôles touristiques pourront difficilement subsister sauf projet pédagogique particulier (cf 4-3-2-6 ci-dessous).

Nous conseillons d'établir un bilan par massif de ces équipements aboutissant à un plan sélectif de soutien.

MESURE 27

➤ Dès lors qu'un "avenir crédible" est défini pour ces stations et équipements, le secteur bancaire (CDC, CLF, SDR) serait plus susceptible d'intervenir. Un groupe de travail "financement du développement touristique en montagne" pourrait être animé par les comités d'expansion touristique de massif et la mission nationale "Moyenne Montagne".

4-3-2-2 Poursuivre les efforts de réhabilitation de l'hébergement touristique

MESURE 28

➤ Le dispositif VRT-ORIL¹⁰, complété par un texte de loi permettant les financements de certaines activités économiques par les collectivités territoriales devrait être proposé hors grandes stations et dans les espaces semi-ruraux proches des stations. Il faut noter que la diminution du taux de TVA à 5,5 % sur les travaux immobiliers rend très utile le texte de loi complémentaire évoqué ci-dessus.

MESURE 29

Il va sans dire que la réhabilitation des meublés –ainsi facilitée- devra prendre en compte les exigences de qualité de la clientèle actuelle.

➤ Aider à la prise en charge des surcoûts architecturaux

MESURE 30

Il paraît très important de développer les initiatives de la rénovation des hébergements de caractère, sur la base de chartes de qualité, établis avec les CAUE, tenant compte des identités culturelles.

MESURE 31

L'Etat et l'Europe pourraient abonder les efforts faits en ce sens par certaines régions et départements, tant sur les surcoûts constructifs que sur la formation des artisans locaux.

MESURE 32

➤ Accentuer les efforts en faveur de la petite hôtellerie, en priorité dans les sites pertinents, avec à une offre de loisirs diversifiée, et après un audit comptable, économique et managérial.

MESURE 33

Un bilan est sans doute à réactualiser quant à l'état réel de ce parc, à l'efficacité des mesures déjà prises.

Il semble que la transmission du patrimoine hôtelier doit encore être facilitée : diminution des droits de mutation et de succession dans les zones de revitalisation rurale

¹⁰ VRT : Villages Résidentiels de Tourisme

ORIL : Opération de Réhabilitation de l'Immobilier de Loisirs (cf loi de Finances 1999 et loi SRU en cours d'examen)

4-3-2-3 Développer l'agritourisme en priorité dans les sites pertinents

Nous avons déjà constaté le fort potentiel de développement de cette forme de tourisme.

L'accueil agritouristique à la ferme (hébergement, restauration, loisirs, ...) contribue fortement au maintien des exploitations en montagne, et, par là, à la vitalité et à l'attractivité des territoires montagnards.

Il est essentiel de veiller à la prise en compte par des "contrats territoriaux d'exploitation regroupés", de l'objectif 1 "diversifier les activités agricoles et non agricoles" de la circulaire du 17 novembre 1999 en application de la loi d'Orientation Agricole. Ceci est d'autant plus important que les exploitants concernés peuvent également prétendre à des aides financières pour développer des activités liées à la gestion du territoire ainsi que pour "contribuer à la protection de l'environnement et à la gestion des l'espace naturel".

Cette action doit être menée en priorité dans les territoires à fortes potentialités touristiques.

4-3-2-4 Développer les produits culturels

➤ Réhabiliter les bourgs et villages traditionnels à vocation touristique

L'aide financière et technique pourrait porter sur le patrimoine bâti (espaces publics, principaux monuments, ...), dans le cadre de plans de référence urbains (ou d'OPAH rurales) et en complément à des actions de commercialisation d'hébergements et d'activités. Des aides de l'ANAH pourraient être sollicitées.

Un programme en ce sens est en cours d'élaboration avec "Villages de Montagne" et pourrait être appuyé et ciblé sur les territoires pertinents.

➤ Développer la mise en place et la commercialisation des circuits et séjours patrimoniaux à forte notoriété

Il s'agira de choisir des circuits intégrant un patrimoine connu (exemple : Eglises baroques ou romanes, visites d'artisans ou d'industriels locaux, lieux culturels), mais pouvant également intégrer d'autres curiosités, ménageant des prestations gratuites, estimant les frais réels de gestion, utilisant des méthodes modernes de présentation et de commercialisation.

➤ Mieux coordonner les actions en matière de "Tourisme culturel"

Aider à la création de structures collectives (EPIC culturels) et rapprocher les actions (parfois discordantes) de différentes administrations (DRAC, DRT, DATAR, DIREN).

MESURE 38

➤ Obtenir de l'Union Européenne une certaine souplesse quant à la production et à la commercialisation de certains produits traditionnels (lait, fromages, gibiers, ...) qui comptent beaucoup dans l'attractivité de la montagne, mais que les touristes ne peuvent pas ou peu consommer !

4-3-2-5 Développer les produits de découverte de la nature

MESURE 39

➤ Donner un nouvel élan au développement touristique dans les Parcs Naturels Régionaux et dans les zones périphériques des Parcs Nationaux

Il s'agit de mieux structurer une "offre au naturel", utilisant la notoriété et le potentiel de nature des Parcs en l'intégrant dans le dispositif élargi des territoires pertinents.

Le concept de "zones périphériques" mériterait d'être "rénové" : ces zones pourraient faire l'objet de chartes de même nature que celles des Parcs Naturels Régionaux ; l'organisation spatiale y serait définie dans des Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT), prévus par la loi relative à la Solidarité et au Renouvellement Urbain (SRU). Ces SCOT remplaceraient les anciens Schémas Directeurs d'Aménagement et d'Urbanisme (SDAU).

Par ailleurs, cette démarche suppose le renforcement, par les moyens appropriés, du professionnalisme des institutions Parcs Naturels Régionaux et Parcs Nationaux.

MESURE 40

➤ Poursuivre une mise en tourisme adaptée des grands sites forestiers

Il s'agit d'élargir aux autres régions des expériences comme celle des gîtes "Retrouvance" lancée par l'ONF en PACA, dans les forêts ayant un fort potentiel d'accueil (maisons forestières) ou celles des "parcs d'aventure" tout en intégrant ces projets dans leur environnement socio-économique.

L'implication grandissante des agents de l'ONF dans la "logistique touristique" pourrait nécessiter un toiletage du Code forestier et passer par des "chartes de territoires forestiers" (cf rapport Bianco).

La collaboration avec les acteurs touristiques locaux (animateurs de pleine nature, Office de Tourisme, ...) apparaît indispensable, chacun assurant sa place dans le produit touristique.

MESURE 41

➤ Envisager une utilisation touristique adaptée de certains sites protégés

- Les "Réserves Naturelles" -qui disposent d'organismes de gestion- pourraient s'ouvrir davantage à un tourisme de nature, encadré et maîtrisé.
- Le classement au titre de la "directive habitats" en zones "Natura 2000" a été souvent mal perçue.

Dans la mesure où elle est inévitable pour certains sites, il paraît judicieux d'utiliser les documents d'objectifs (ouvrant droit à des crédits européens) que ces sites devront élaborer, pour y développer un tourisme de découverte respectueux des richesses naturelles et ainsi utiliser la notoriété que ce "classement" créera aux yeux de certaines clientèles.

MESURE 42

➤ Développer la pêche touristique dans les lacs et ruisseaux : en simplifiant la réglementation, facilitant l'accès au permis, en améliorant l'hébergement spécialisé, en s'appuyant sur un partenariat élargi avec les agriculteurs et les différents acteurs touristiques, en développant les courts séjours, la labellisation et la promotion.

MESURE 43

➤ Mener des nouvelles expériences de tourisme cynégétique

Le potentiel cynergétique de la montagne augmente d'année en année alors que les chasseurs locaux, en diminution, n'arrivent pas à réguler le gros gibier. Ce dernier occasionne de plus en plus de dégâts aux plantations forestières et cultures. Ce constat est aggravé dans les secteurs touchés par les tempêtes de décembre 1999 où se pose la question de la protection des replantations. Cette évolution constitue une opportunité, parmi d'autres, pour développer, lorsque le milieu local y est préparé, des expériences de chasse touristique et de musées de la faune sauvage, tout en respectant les limites réglementaires de cette activité.

MESURE 44

➤ Mettre mieux en valeur le tourisme de découverte de la Haute Montagne

Il s'agit de développer au fond des vallées et autour des principaux sommets, des plans de développement locaux de la randonnée intégrant notamment une mise à niveau des refuges (cf rapport spécifique de l'IGT sur le sujet) mais aussi l'aménagement d'aires d'accueil en bout de routes et des principaux sentiers, ...

Ces actions seraient également sélectionnées et coordonnées dans le cadre des projets et conventions de massif.

4-3-2-6 Relancer le tourisme de jeunes en Moyenne Montagne à partir de valeurs éducatives et ludiques

Le tourisme des jeunes a baissé globalement de 25 % en 5 ans en montagne. Certaines causes d'ordre réglementaire seront évoquées plus loin. L'évolution des structures familiales est également un facteur important. Mais cette baisse est également due à une mauvaise adaptation des équipements et animations aux attentes actuelles des jeunes tournées vers "le ludique" et "l'aventure", et une certaine "autonomie" vis-à-vis des adultes, au-delà de la satisfaction immédiate de leurs besoins exprimés.

En même temps, la Moyenne Montagne, avec ses activités traditionnelles a une vocation éducative particulière (cf ci-dessus).

Reprenant les conclusions de l'étude récente SEATM/CEDAET, du rapport CHAUVIN au Conseil National du Tourisme et les enseignements des accueils de jeunes en stations (cf rapport AMSFSHE), en liaison avec le bilan des équipements de tourisme social, il s'agit sans doute de redéfinir des projets éducatifs avec les ministères de la jeunesse et des sports et de l'éducation nationale, d'aider à la réhabilitation sélective de certains centres d'hébergements proposant des activités de pleine nature attractives pour les jeunes (ski mais aussi canyoning, certaines formes de découvertes de la nature, ou de l'agriculture de montagne) et à la formation du personnel, tout en assurant la sécurité.

Dans cet esprit certains centres permanents d'initiation à l'environnement (CPIE) spécialisés sur le milieu montagnard pourraient être chargés de développer les pédagogies souhaitées.

4-3-2-7 Améliorer l'organisation, la "souplesse" des séjours touristiques

➤ La "facilitation" de l'accès aux services et prestations touristiques, l'adaptabilité aux conditions particulières de certaines clientèles et aux aléas climatiques, constituent des "vertus" demandées à l'offre touristique (notion de "convenience" dans l'étude COFREMCA-SOCIOVISION).

Le groupe de travail a considéré avec intérêt les expériences menées en terme de "cartes d'hôte" dans différents territoires montagnards. Il pense également que le développement de formules "courts séjours" permettrait aux zones de piedmont de tirer un meilleur profit de la clientèle de proximité (cf l'expérience d'"Escapade" en Midi Pyrénées) et d'étaler les périodes de fréquentation touristique.

MESURE 45

MESURE 46

MESURE 47

MESURE 48

MESURE 49

Enfin l'amélioration des systèmes de transports d'accès aux sites et internes aux sites (circulations douces) favorisent cette "fluidité" de la fréquentation. Ces solutions ne sont pas spécifiques à la Moyenne Montagne mais y sont particulièrement justifiées.

➤ Les aléas climatiques, fréquents en Moyenne Montagne, la pluie ou le brouillard l'été et surtout le manque de neige l'hiver (dans les stations) constituent des difficultés à surmonter si l'on veut y fidéliser la clientèle.

Les installations de neige de culture sont chères, nécessitent des conditions particulières de température et d'alimentation en eau, et, de toutes les façons, ne permettent pas de compenser complètement le manque de neige, fréquent en Moyenne Montagne (de plus en plus si l'on se fie aux prévisions d'augmentation de température : 1° environ par 30 ans, ce qui correspond à 150 m de dénivelé !).

Au-delà d'une aide utile mais circonscrite à ces installations (dans certaines limites environnementales, techniques et financières) le groupe de travail a retenu l'idée que les vallées contenant de telles stations puissent établir à priori des contrats d'urgence en cas de manque important de neige (CUMIN), sortes de plan "ORSEC", permettant très rapidement de prévenir les touristes en séjour, d'activités de substitution (voire le transport dans une station bien enneigée voisine) dont l'accès serait immédiat, à un coût correspondant au forfait-ski.

Un tel plan est distinct mais complémentaire avec la nécessaire diversification des activités des stations, même quand il y a de la neige.
(cf 4-3-2-1 positionnement des stations)

MESURE 50

MESURE 51

Par ailleurs, les études statistiques sur les évolutions climatiques méritent d'être poursuivies (établissement de cartes d'isonivométrie).

MESURE 52

4-3-2-8 Généraliser les démarches qualité

Lancées dans le milieu touristique par des chaînes hôtelières, puis développées dans les stations de montagne et du littoral et dans les grandes filières (remontées mécaniques, ski de fond, hébergements, thermalisme, ...) les démarches qualité sont, petit à petit, reconnues comme intéressantes par les acteurs locaux.

Cependant, ces démarches demandent à être pérennisées ("la qualité est un long chemin, et non une destination") car l'adaptation aux besoins du client est constante. Par ailleurs ces démarches doivent être adaptées et réalisées en milieu rural de montagne (exemple de démarche en cours : la vallée d'Aspe (64)). Dans ce milieu rural plus qu'ailleurs, il sera sans doute nécessaire de coordonner la démarche-qualité dans ce secteur touristique avec celles concernant les productions agricoles et artisanales.

Venant en complément des démarches de positionnement et de marketing, les démarches-qualité ont donc un rôle très important pour fidéliser la clientèle.

Le Secrétariat d'Etat au Tourisme, qui avait promu ces démarches activement, devrait reprendre des actions d'incitation et d'appui technique dans ce domaine.

MESURE 53

Par ailleurs aucun contrat de pôle touristique ne devrait être accepté, sans la mise en place d'un système local de suivi de la qualité des prestations liée à l'observation de l'offre et de la demande.

4-3-2-9 Poursuivre une "recherche-action" sur la notion de développement durable dans le domaine touristique

La notion de "développement durable" dont nous avons repris une définition au chapitre 1-3-1, mérite d'être confrontée à la réalité du terrain, notamment en moyenne montagne.

Par ailleurs elle doit être "prise à leur compte" par les acteurs de terrain. C'est pour cela que le groupe de travail appuie l'initiative de l'AFIT d'animer des sites expérimentaux, dont certains en Moyenne Montagne (Louron dans les Hautes Pyrénées, Sancy en Massif Central, ...) afin de donner un contenu de plus en plus opérationnel à cette notion. Une synthèse de ces expérimentations pourra être établie avec l'ensemble des partenaires (y compris instituts de recherche) puis diffusée.

MESURE 54

4-3-3 POURSUIVRE LA PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS ET RESEAUX

Nous avons déjà signalé que la faible professionnalisation est un des handicaps notables de la "Moyenne Montagne".

4-3-3-1 Rendre plus attractifs les métiers du tourisme

Moins de la moitié des personnes formées dans les organismes de formation touristique choisissent effectivement une activité professionnelle touristique.

MESURE 55

➤ Faciliter l'installation de nouveaux entrepreneurs du tourisme

L'émergence de nouveaux "candidats à l'installation touristique" en Moyenne Montagne, constitue une donnée importante de notre enquête.

Il paraît prioritaire de prendre en compte avec efficacité ce phénomène, ce qui semble-t-il, n'est pas complètement le cas actuellement.

- ♦ Le groupe de travail suggère de mettre en place de véritables centres d'information rassemblant les offres foncières et d'activités, de dynamiser le conseil aux candidats et la formation (condition minimale à toute aide), de rendre plus accessible les systèmes de fonds de garantie pour l'investissement initial.
- ♦ Un problème particulier, déjà soulevé, est celui des bâtiments vacants mais non utilisable. Le groupe de travail suggère de réfléchir à nouveau à un droit de préemption des collectivités locales sur l'usage à long terme de ces bâtiments, dès lors qu'ils ne seraient pas en règle en terme de recouvrement d'impôts depuis plusieurs années.

MESURE 56

- Le groupe de travail appuie fortement les propositions concernant la pluriactivité et les groupements d'employeurs (issus des rapports LE PORS et GAYMARD) et touchant à leurs statuts, leur hébergement, la mobilité des employés, leur rémunération et leur qualification.

Il souhaite que ces propositions entrent le plus rapidement dans les faits (notamment le principe de la caisse-unique la possibilité de groupements d'employeurs public-privé, la création de "maisons des pluriactifs" dans les principaux pôles touristiques).

MESURE 57

- Une mesure particulière concerne les employés des exploitations de domaines skiables : il s'agit de la définition de dates fixes d'emploi, fixées en fonction des caractéristiques de la station, l'UNEDIC prenant le relais des employeurs pour manque imprévisible de neige à l'intérieur de ces dates. Cette mesure déjà lancée, jointe à la possibilité de contrats saisonniers pérennisés d'une année sur l'autre mérite d'être concrétisée (modalités d'indemnisation) et étendue à d'autres types d'emplois touristiques saisonniers.

Ainsi pourra-t-on espérer maintenir du personnel qualifié sur des sites touristiques à enneigement plus ou moins aléatoire.

4-3-3-2 Mener une politique sélective de marques et labels

La clientèle a besoin, pour identifier l'offre en Moyenne Montagne, de marques et labels ... mais encore faut-il les faire connaître, et qu'il n'y en ait pas trop !

MESURE 58

- S'appuyer sur les notoriétés existantes

Faire connaître une marque ou un label nécessite beaucoup d'argent et de temps (dix ans ? cf étude AFIT). Il y a donc lieu de s'appuyer sur les notoriétés existantes (dès lors qu'elles sont "positives" et "signifiantes") notamment : les Parcs Naturels, les lieux prestigieux, les grands labels d'hébergement (Gîtes de France, Logis de France, ...), de produits de terroir (Roquefort, Beaufort, ...).

Le lancement récent de "Villages de montagne" semble également à retenir.

Mais il ne faut pas accumuler les marques car on perd le but recherché (exemple : problème posé par les 2 labels pour enfants en station de ski : "kid" et "petits montagnards").

➤ Regrouper certains labels autour d'un nouveau concept de "station-nature"

♦ Le tourisme de découverte de la nature souffre lui-même d'une multiplication des labels : Gîtes Panda, Hôtels au Naturel, Stations-vertes de vacances, ...

Le groupe de travail suggère que la réflexion, entamée par l'AFIT soit poursuivie pour regrouper ces labels et être plus sélectif dans leur attribution en fonction de leur environnement de loisirs. Il propose que soient identifiées des "stations nature montagne" garantissant aux clients potentiels qualité de séjour et variétés d'activités possibles. Ce nouveau concept pose la question de définir légalement la notion de station touristique.

MESURE 59

MESURE 60

MESURE 61

♦ Le groupe de travail propose également de coordonner tous les éco-labels en allant jusqu'à l'éco-certification.

4-3-3-3 Développer la formation touristique

MESURE 62

Sous réserve d'un bilan détaillé des dispositifs –fort complexes- de formation en place sur les zones de montagne, le groupe de travail propose les mesures suivantes :

MESURE 63

➤ Renforcer les systèmes de formation-développement par projet et territoire

En Moyenne Montagne, la généralisation de la pluriactivité et la grande diversité des projets impose des formations pluri-qualifiantes pour un seul individu ou pour un groupe d'individus liés par un projet.

En cela des expériences comme celles de l'ADEPFO (Association de Développement des Pyrénées par la Formation) ou ADEFPAT (Association pour le Développement par la Formation des Pays de l'Aveyron, du Tarn, du Lot et du Tarn et Garonne) ou l'AFRAT (Association par la Formation des Ruraux et des Activités du Tourisme pour les Alpes) sont très intéressantes et méritent d'être poursuivies car elles mettent rapidement à la disposition des "candidats" les solutions techniques et financières, qui seraient autrement dispersées.

Un programme de formation devrait être systématiquement intégré aux "Contrats de pôles touristiques", s'appuyant aussi sur les collèges et les écoles (éléments de base d'accueil du tourisme).

MESURE 64

➤ Comblent les manques apparents de qualification dans certaines filières

L'agritourisme et le tourisme culturel (conception des écomusées, langues étrangères, accueil, ...) méritent semble-t-il des "rattrapages" plus spécifiques en matière de formation.

MESURE 65

➤ Compléter sur le plan touristique la formation aux brevets d'Etat d'Educateurs Sportifs

◆ Les Brevets d'Etat d'Educateurs Sportifs sont requis pour encadrer contre rémunération, de très nombreuses activités de pleine nature en moyenne et haute montagne.

Les formations initiales à ces brevets mériteraient d'être complétées sur le plan de la "psychologie de groupe", de la culture, de la mercatique et de la gestion touristique (Unités de Valeurs communes avec les BTS tourisme ?), si l'on veut qu'ils répondent à la demande actuelle des touristes, et préparent mieux les candidats aux différentes facettes de leurs activités professionnelles. Ces disciplines pourraient faire l'objet "d'un schéma transversal de formation " à mettre au point par les divers ministères intéressés.

Un "recyclage" obligatoire tous les 5 ans devrait être mis en place pour les activités les plus évolutives sous contrôle de l'Etat.

MESURE 66

◆ Pour permettre les pluri-qualifications indispensables, un arrêté d'application du Brevet d'Etat d'aptitude aux activités de pleine nature devrait être établi et publié.

Les conditions d'exercice du diplôme de "guide de pays" devraient être précisées.

NB : Pour l'encadrement des "activités à risques" (cf 4-3-4-3 ci-dessous)

MESURE 67

➤ Compléter la formation touristique des élus et organismes spécialisés (CDT, ...) pour les tenir au courant des évolutions très rapides de ce secteur d'activités et notamment du marché touristique.

4-3-3-4 Aider la création "d'agences locales de loisirs sportifs"

Les prestataires d'activités de pleine nature exercent souvent leur profession sous forme individuelle (voire individualiste) ce qui nuit énormément à l'efficacité commerciale.

Suivant en cela des expériences menées dans les divers massifs (notamment : Corse) le groupe de travail suggère d'aider (conseil juridique) ces prestataires à se regrouper en société commerciale afin de pouvoir proposer (aux touristes, aux intermédiaires, aux hébergeurs) un ensemble plus riche d'activités de pleine nature, et de pouvoir mettre en commun des moyens (matériel, secrétariat, gestion, promotion ...).

NB : cf également 4-3-4-2 sur les aspects réglementaires

4-3-3-5- Mettre en place un observatoire du tourisme en montagne

Cette mesure a déjà été mise en avant dans l'Evaluation de la Politique Montagne, et doit maintenant être concrétisée en cohérence avec un projet interministériel d'observatoire plurisectoriel de la montagne.

Le SEATM collecte déjà des données concernant les stations de ski. Il pourrait être chargé du rassemblement de ces informations (au niveau national et de chacun des massifs) concernant l'offre touristique montagne, la fréquentation, le marché immobilier, les jeunes, en liaison avec l'Observatoire National du Tourisme, les CRT, les associations de massifs et les observatoires départementaux et locaux et pour le compte de la mission nationale Moyenne Montagne et des Comités d'expansion de massif.

4-3-4 ADAPTER LE CONTEXTE REGLEMENTAIRE ET FISCAL AUX SPECIFICITES DES DIVERS MILIEUX MONTAGNARDS

- Certaines propositions d'ordre réglementaire ou fiscal ont été déjà faites dans les chapitres précédents compte tenu de leur priorité dans nos propositions :

- statut et financement des sociétés locales de développement touristique
- financement public des meublés et VRT-ORIL
- transmission des établissements hôteliers
- logements vacants
- brevets sportifs

- D'autres propositions ont été évoquées, figurant dans des rapports récents :

- . pluriactivité
- . groupements d'employeurs
- . dates d'embauche des saisonniers du ski
- . redéfinition de la notion de station

- Nous énonçons ci-après d'autres propositions concernant le développement du Tourisme en Moyenne Montagne.

MESURE 70

4-3-4-1 Adapter encore le calendrier scolaire

D'ores et déjà l'adaptation du calendrier scolaire a permis d'étendre sensiblement la saison touristique d'hiver

Cependant quelques progrès semblent encore possibles :

- fixer irrévocablement le calendrier des vacances par période de 3 ans pour permettre d'établir en temps voulu produits et documents publicitaires
- garder le principe de 2 semaines de vacances en fin d'année
- étaler les vacances d'été, dont on constate qu'elles sont désormais (trop) concentrées entre le 14 juillet et le 20 août
- réfléchir à un échange des zones de Montpellier et Marseille pour mieux étaler la fréquentation sur les massifs du Sud

4-3-4-2 Faciliter les conditions d'exercice de certaines activités

MESURE 71

➤ Faciliter le profession des Organismes de Voyages "réceptifs"

Les Agences locales de loisirs sportifs (cf 4-3-3-4) peuvent également avoir une activité d'organisateur de voyages dans le massif où elles sont implantées mais aussi à l'étranger.

L'activité de ces Organismes de Voyages réceptifs, est essentielle à la vie locale.

- Etudier la mise en place d'un taux de TVA réduit pour les guides et accompagnateurs, afin d'éviter que ceux-ci réduisent volontairement leur activité pour rester en deçà du seuil de franchise (175 000 F) alors même que leur activité constitue une valeur ajoutée presque pure.

- Réduire l'écart de TVA, pour un Voyageur réceptif entre les voyages hors CEE (exonérés) et sur place, alors que "l'exportation" consiste à faire venir des clients étrangers en France et non l'inverse.
- Réduire le montant des dépôts de garantie bancaires dans la mesure où les risques liés à l'activité réceptive sont bien moindres.

MESURE 72

- Confirmer la possibilité d'accès payant à d'autres activités que le ski de fond et le ski alpin et étudier un système de remboursement des frais de secours engagés par les communes sur les itinéraires aménagés et sécurisés sur neige pour piétons et raquetistes et via ferrata.

MESURE 73

- Etendre la possibilité de servitude de passage à d'autres activités de pleine nature que celles prévues par l'article 53 de la loi Montagne.

MESURE 74

- Préciser la réglementation concernant l'usage des motos des neiges
Le groupe de travail rejoint les propositions récentes du SEATM visant à mieux prévenir les risques de pollution, à préciser l'usage professionnel (autorisé) et à ouvrir (sous contrôle) l'utilisation à certaines catégories d'usagers (handicapés, ...).

MESURE 75

- Permettre fiscalement aux gestionnaires de ski alpin et de fond la constitution de provisions pour manque de neige (par exemple à hauteur de 10 % du chiffre d'affaires pendant 3 ans consécutifs).

4-3-4-3 Simplifier les conditions réglementaires d'accueil et d'encadrement des jeunes en montagne

Tout en étant prioritairement soucieux de la sécurité mais en évitant de tomber dans la surenchère, le groupe de travail suggère :

MESURE 76

- une simplification et un regroupement des contrôles des installations d'accueil.
- la poursuite de la réflexion sur le partage des responsabilités.

MESURE 77

- la concrétisation rapide des mesures prises par la récente loi sur le sport (décrets d'application) visant à la validation des acquis professionnels, et à la nouvelle définition des activités à risques. Cette définition devrait tenir compte du niveau de la pratique, du lieu de la pratique et des conditions d'exercice, en s'inspirant du dispositif mis en place pour "la raquette à neige".

4-3-4-4 Redéfinir la notion de refuge de montagne, les conditions de constructibilité des refuges, les conditions d'exercice du métier de gardien-exploitant

MESURE 78

Un décret en Conseil d'Etat permettrait de donner une définition adéquate des refuges de montagne et des notions de service public qui s'y attachent.

MESURE 79

Des arrêtés ministériels ou des circulaires ministérielles permettraient alors de préciser les conditions de constructibilité et d'entretien, en matière de sécurité, d'hygiène et d'urbanisme.

MESURE 80

Par ailleurs le métier de gardien de refuge devrait faire l'objet d'un référentiel-métier et d'une validation d'aptitude professionnelle.

NB : Ce thème fait l'objet d'une remise concomitante d'un rapport spécifique piloté par l'Inspection Générale du Tourisme avec la participation des autres départements ministériels

4-3-4-5 Adapter les règles d'urbanisme aux milieux montagnards ruraux

La loi Montagne a introduit en 1985 des règles d'urbanisme largement en fonction des problèmes posés par l'extension des stations de sports d'hiver.

Le groupe de travail confirme que les hypothèses de révision de ces dispositions évoquées par M. Louis BESSON le 19 mars 1999 à Ax-les-Thermes sont judicieuses :

Il paraît effectivement nécessaire

MESURE 81

- d'alléger la procédure UTN pour les petits projets touristiques en milieu rural montagnard

MESURE 82

- de revoir le problème de la réhabilitation des bâtiments isolés d'altitude (le texte actuel sur les "Chalets d'Alpage" répond mal à la nécessaire conservation d'un certain patrimoine dans tous les massifs français)

MESURE 83

- de rétablir la possibilité de réalisation des prescriptions particulières de massif et de préciser et simplifier les conditions de constructibilité à proximité des plans d'eau

Le SEATM et la DGUHC réfléchissent à des propositions sur ces divers thèmes en liaison avec la DATAR, l'ANEM et l'AMSFSHE.

4-3-4-6 Redéployer certaines aides publiques en faveur de la Moyenne Montagne

MESURE 84

➤ Revoir les conditions d'attribution des aides publiques à des entreprises touristiques de toutes tailles, à l'intérieur des zones de Revitalisation Rurale : accès aux Primes d'Aménagement du Territoire (PAT), possibilité de bénéficier du taux maximal d'aides publiques, ...

MESURE 85

➤ Réactualiser l'enveloppe de la dotation touristique (bloquée depuis 8 ans), faire mettre à jour par la Direction du Tourisme, les variables qui déterminent cette dotation, et revoir les règles de répartition, actuellement très centrées sur les grandes stations.

MESURE 86

➤ Prévoir une augmentation globale de la Dotation de Développement Rural, en liaison avec l'augmentation de la population des communautés de communes (mesure confortant la création de pôles touristiques).

5 – TABLEAU RECAPITULATIF DES ACTIONS ET MOYENS

PLAN TOURISME MOYENNE MONTAGNE

Tableau récapitulatif des actions et moyens

ACTIONS	n°	MESURES	TYPE (1)	PRINCIPAUX ORGANISMES DE MISE EN OEUVRE
UNE MISSION NATIONALE – PROPOSITION 1 : METTRE EN PLACE ET ANIMER UNE MISSION NATIONALE POUR LE TOURISME EN MOYENNE MONTAGNE				
	1	▪ Mise en place Mission interministérielle	OE	Premier Ministre - DATAR
	2	▪ Mise en œuvre et suivi du plan "Tourisme Moyenne Montagne" (actions structurelles, économiques, réglementaires)	REG	DGCL-Mission Tourisme M. M.
	3	▪ Intégration du Tourisme dans les schémas nationaux de services collectifs	OE	MADTE – Mission Tourisme Moy.Mont.
	4	▪ Emergence d'une politique européenne du tourisme en montagne	OE	DATAR/CSSM-Mission Tourisme M.M.
	5	▪ Repositionnement, renforcement et redéploiement du SEATM	OE	SET - MELT
AXE STRATEGIQUE 1 – PROPOSITION 2 : AIDER EN PRIORITE LA MISE EN VALEUR DES TERRITOIRES OFFRANT LE MEILLEUR POTENTIEL				
	6	▪ Contrats de pôles touristiques	CT/OE	Commissariats de massif, SEATM, DRT
	7	(Exceptionnellement) Soutien initiatives isolées de grande qualité		
AXE STRATEGIQUE 2 – PROPOSITION 3: FACILITER LA CONSTITUTION DE PARTENARIATS DYNAMIQUES				
- Donner un <u>cadre dynamique spécifique aux regroupements</u> nécessaires des professionnels du Tourisme au niveau local et au niveau des massifs	8	▪ Création d'un statut de "société locale de développement touristique durable"	OE/REG	DT/DGCL/DATAR/MEF/ANEM/AMFSHE
	9	▪ Application Taxe Touristique	REG	DGCL
	10	▪ Création de comités d'expansion touristiques de massif	CT	DATAR/SEATM/AFIT/Comités de Massif
	11	▪ Création d'agences d'ingénierie de massif	CT	DATAR/SEATM
- Soutenir la <u>coopération touristique</u> entre <u>collectivités territoriales</u>	12	▪ Regroupement des collectivités territoriales des pôles touristiques	CT	DATAR/DGCL/ANEM/AMFSHE
	13	▪ TPU Touristique	REG	DGCL
	14	▪ Instauration d'une taxe de séjour de pôle	CT	DATAR/DRT
	15	▪ Articulation systémique entre pôle touristique et pays	OE	DATAR
	16	▪ Mener des expériences de collaboration entre collectivités émettrices et réceptrices	CT	DATAR/Educ.Nale/Ville/AMF

(1) Types de mesures : OE (Orientations de l'Etat) CT (Politique Contractuelle) REG (domaine réglementaire)

* Mesures importantes pour le tourisme en moyenne montagne mais à portée plus vaste

ACTIONS	n°	MESURES	TYPE (1)	ORGANISME DE MISE EN OEUVRE
DOMAINE D'ACTION 1 – PROPOSITION 4 : PROMOUVOIR L'IMAGE DE LA MONTAGNE DANS SES SPECIFICITES ET SA DIVERSITE				
- Valider les " <u>valeurs</u> " de la montagne	17	▪ Mener un " <u>test</u> " de ces valeurs – Etudier la clientèle " <u>seniors</u> "	CT	AFIT/SEATM
- <u>Faire partager ces valeurs aux acteurs du tourisme montagnard</u>	18	▪ Organiser des <u>réunions de sensibilisation</u> en aval de l'étude COFREMCA	CT	DATAR/SEATM/AFIT
	19	▪ Faire connaître les réussites (information, concours)	CT	PAM/Comités d'expansion de massifs/Mission Touristique Moyenne Montagne
- Rendre la montagne plus <u>séduisante</u> pour les touristes	20	▪ <u>Aider les campagnes nationales</u> ciblées de promotion sur la montagne toutes saisons	CT	DT/AFIT/PAM
	21	▪ Aider des campagnes par massifs et pôles		DATAR/Agences d'ingénierie de massif
	22	▪ Monter des produits d'appel spécifiques		DATAR/Agences d'ingénierie de massif
- Mieux ouvrir les <u>grands réseaux commerciaux</u> à la moyenne montagne	23	▪ Mobiliser le <u>GIE Maison de la France</u> sur la Moyenne Montagne	CT	DT
DOMAINE D'ACTION 2 – PROPOSITION 5 : AMELIORER ET DEVELOPPER L'OFFRE DANS UNE LOGIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE				
- Aider au <u>repositionnement</u> réaliste des différentes offres touristiques	24	▪ Poursuivre l'appui aux <u>audits</u> de stations	CT	AFIT/DT/DATAR/SEATM
	25	▪ Aides à la <u>reconversion</u>		DATAR
	26	▪ Idem – Etablissement de <u>tourisme associatif</u> Bilan par massif		DRT de Massif
	27	▪ <u>Remobiliser les banques</u> sur les projets recréés		Atelier AFIT
- Poursuivre les efforts de <u>réhabilitation de l'hébergement</u>	28	▪ Faire aboutir et élargir le dispositif <u>VRT-ORIL</u> *	REG	DT
	29	▪ Possibilité pour les collectivités territoriales de financer les <u>meublés</u> *	REG	DGCL
	30	▪ Aider les <u>hébergements de caractère</u> *	CT	DRT/DRT/CDT
	31	▪ Aider à la prise en charge des <u>surcoûts architecturaux</u> et la <u>formation des artisans</u> *	CT	DATAR/DRT/ABF/CAUE/DDE/DRAC
	32	▪ Accentuer les efforts en faveur de <u>l'hôtellerie</u> , notamment en facilitant la transmission du patrimoine (diminution droits de succession) *	CT/REG	DT/DRT/MEF
	33	▪ <u>Bilan</u> des actions sur <u>l'hôtellerie</u> *	CT	DT/DDTEFP
- Développer <u>l'agritourisme</u>	34	▪ Développer <u>l'agritourisme</u> dans des CTE regroupés au niveau des pôles	CT	DRAF/DIREN/DRT

(1) Types de mesures : OE (Orientations de l'Etat) CT (Politique Contractuelle) REG (domaine réglementaire)

* Mesures importantes pour le tourisme en moyenne montagne mais à portée plus vaste

ACTIONS	n°	MESURES	TYPE (1)	ORGANISME DE MISE EN OEUVRE
DOMAINE D'ACTION 2 – PROPOSITION 5 : AMELIORER ET DEVELOPPER L'OFFRE DANS UNE LOGIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE (suite)				
- Développer les <u>produits culturels</u>	35	▪ <u>Réhabiliter les bourgs et villages</u> à vocation touristique (opérations "Villages de montagne et OPAH)	CT	AFIT/DRT/ABF/DDE
	36	▪ Développer la mise en place et la commercialisation de <u>circuits et séjours patrimoniaux</u> à forte notoriété *	CT	DATAR/DRT/DRAC
	37	▪ Mieux coordonner les actions de <u>Tourisme culturel</u> (EPIC et Administrations) *	CT/OE	DATAR/DRT/DIREN/DRAC
	38	▪ Obtenir une souplesse de l'Union Européenne sur la commercialisation de certains <u>produits traditionnels</u> *	OE/REG	DATAR/Ministère Agriculture
- Développer les produits de <u>découverte de la nature</u>	39	▪ Nouvel élan aux <u>Parcs Naturels Régionaux et zones périphériques des Parcs Nationaux</u> (Chartes – mise en place de SCOT)	CT/REG	DIREN, Parcs, Régions, DDE
	40	▪ Mettre en tourisme les <u>grands sites forestiers</u> – toilettage code forestier, chartes de territoires forestiers *	OE/CT	Ministère Agriculture, ONF
	41	▪ Utilisation touristique de <u>sites protégés, réserves naturelles</u> , (Natura 2000) Documents d'objectifs *		DIREN/DRT
	42	▪ Développer le tourisme " <u>pêche</u> " (hébergement, commercialisation, réglementation) *	CT/REG	AFIT/DDAF/CNP/MATE
	43	▪ Développer le <u>tourisme cynégétique</u> – Expériences de chasse touristique et musée de la faune *	CT	AFIT/DDAF/CNC/MATE
	44	▪ Améliorer le <u>tourisme de Haute Montagne</u> (plans locaux de randonnée)	CT	DATAR/SEATM
	- Relancer le <u>tourisme de jeunes</u> à partir des valeurs éducatives et ludiques	45	▪ Redéfinir des <u>projets éducatifs</u> avec CPIE de Montagne et former le personnel	OE
46		▪ <u>Réhabiliter</u> sélectivement des <u>CVL</u> *	CT	DATAR/Ministère Jeunesse et Sports/DT
- Améliorer <u>l'organisation et la souplesse des séjours touristiques</u>	47		CT/REG	AFIT/DT
	48	▪ Développement et fiabilisation juridique <u>cartes d'hôte</u> *	CT	DRT/Comités d'expansion touristique des massifs
	49	▪ Développement <u>courts séjours</u> *	CT	DRE/DIREN
	50	▪ Développement <u>circulations douces</u> et transports *	CT	SEATM/DRT
	51	▪ Contrats d'urgence par manque important de neige (par vallée) <u>C.U.M.I.N.</u>	OE	CEMAGREF/CEN
- Généraliser les démarches Qualité	52	▪ Poursuivre les <u>recherches</u> sur l'évolution de l' <u>enneigement</u>	CT	AFIT/SEATM/DRT
	53	▪ Développer les <u>démarches Qualité</u> en Moyenne Montagne	CT	DRT
- Poursuivre la " <u>recherche-action</u> " sur la notion de tourisme durable	54	▪ Mise en place de <u>cellules Qualité</u> -Suivi économique dans chaque pôle	OE/CT	AFIT/SEATM/CEMAGREF/Universités
		Poursuite de sites expérimentaux en moyenne montagne		

ACTIONS	n°	MESURES	TYPE (1)	ORGANISME DE MISE EN OEUVRE
		et édition "Synthèse" *		

* Mesures importantes pour le tourisme en moyenne montagne mais à portée plus vaste (1) OE (Orientations de l'Etat) CT (Politique Contractuelle) REG (domaine réglementaire)

ACTIONS	n°	MESURES	TYPE (1)	PRINCIPAUX ORGANISMES DE MISE EN OEUVRE
DOMAINE D'ACTION 3 – PROPOSITION 6 : POURSUIVRE LA PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS ET RESEAUX				
- Rendre plus attractifs les <u>métiers du Tourisme en Moyenne Montagne</u>	55	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faciliter l'installation de nouveaux entrepreneurs du tourisme - centres d'information - conseil, formation - fonds de garantie - bâtiments vacants (droit de préemption) 	CT CT REG REG REG	DATAR, Comité d'expansion touristique de massif DRT/CCI/CRCI DT/Régions DGCL/DGUHC DT/Ministère de l'Emploi/DGCL
	56	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concrétiser les actions facilitant la <u>pluriactivité</u> (caisse-unique, ...) et les <u>groupements d'employeurs</u> (public-privés ...), <u>maison des pluriactifs</u> * 	REG	SEATM/Ministère de l'Emploi/DT
	57	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Saisonniers liés au ski</u> : dates fixes de travail, pérennisation des contrats 	REG	SEATM/Ministère de l'Emploi/DT
- Mener une politique sélective de <u>marques et de labels</u>	58	<ul style="list-style-type: none"> ▪ S'appuyer sur les notoriétés existantes – <u>Etude de "valeur" de ces labels</u> 	OE	AFIT/DRAF
	59	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regroupement des labels "nature" autour du concept de <u>"station nature en montagne"</u> (réflexion-étude) 		AFIT
	60	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redéfinir la notion de <u>station touristique</u> * 	REG	CNT/DT
	61	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordonner les écolabels jusqu'à <u>"l'éco certification"</u> * 	OE	MATE
- Développer la <u>formation</u> touristique	62	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire un <u>bilan des formations touristiques</u> * 	OE	DT/DRTEFP
	63	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Renforcer les systèmes de <u>formation-Développement*</u> ▪ Comblent les manques dans certaines filières (<u>culture, agritourisme</u>) * 	OE	DATAR/DRTEFP
	64		CT	DRTEFP/DRAC/DRAF
	65	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compléter la formation touristique des <u>BEES</u> (formation initiale, continue) 	OE	DT/Ministère Jeunesse et Sports
	66	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publier un arrêté d'application du BEAAPN et préciser les conditions d'exercice des "Guides de Pays" * ▪ Compléter la formation élus/intermédiaires * 	REG	Ministère Jeunesse et Sports
67	CT		Agences d'ingénierie de massif	
- Aider à la création d' <u>"Agence locale de loisirs sportifs"</u>	68		CT	Agences d'ingénierie de massif
	69	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conseil juridique 	CT	DATAR/SEATM/ONT/CRT
- Mettre en place un <u>observatoire du tourisme en montagne</u>		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mission de coordination confiée au SEATM 		

(1) Types de mesures : OE (Orientations de l'Etat) CT (Politique Contractuelle) REG (domaine réglementaire)

* Mesures importantes pour le tourisme en moyenne montagne mais à portée plus vaste

ACTIONS	n°	MESURES	TYPE (1)	PRINCIPAUX ORGANISMES DE MISE EN OEUVRE
DOMAINE D'ACTION 4 - PROPOSITION 7 : ADAPTER LE CONTEXTE REGLEMENTAIRE				
- Adapter le <u>calendrier scolaire</u>	70	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etalement Eté, fixation sur 3 ans, 2 semaines à Noël, échange de zone (Montpellier, Marseille) * 	REG	DT/Ministère Education Nationale
- Faciliter les <u>conditions d'exercice</u> de certaines activités	71	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agences réceptives : baisse TVA, réduction garanties* 	REG	DT/DGCL/MEF
	72	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etendre possibilités de redevances (raquettes, ...) et étude du remboursement des frais de secours sur certains itinéraires aménagés et sécurisés 	REG	Conseil Supérieur des Sports de Montagne
	73	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etendre possibilités de servitudes de passage 	REG	CSSM/MELT
	74	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Préciser la réglementation des motos-neige 	REG	MATE/MELT
	75	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permettre des provisions pour manque de neige 	REG	SEATM/DGCL/AMSF SHE
- Simplifier les conditions réglementaires d'encadrement et d'accueil des <u>jeunes</u>	76	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regroupement et <u>simplification des contrôles</u> d'installations * 	REG	Ministères Educ. Nationale et Jeunesse et Sports/DSV/SDIS
	77	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assouplissement de l'encadrement (loi sur le sport) 	REG	Ministères Educ. Nationale et J. et S.
- Redéfinir le cadre <u>des refuges</u> de montagne	78	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Définition des refuges</u> et des missions de services publics rendus par les refuges (décret) 	REG	DGCL/DT/Ministère Jeunesse et Sports
	79	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Révision et compléments à la <u>réglementation technique</u> 	REG	Ministère Intérieur, Santé, Equipement
	80	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Référentiel du métier et validation d'aptitudes professionnelles des gardiens 	REG	Ministère Education Nationale (cf rapport IGT)
- Adapter les <u>règles d'urbanisme</u>	81	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alléger la procédure <u>UTN</u> 	REG	DGUHC/SEATM/DATAR
	82	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revoir les dispositions sur les "<u>chalets d'alpages</u>" 	REG	DGUHC/SEATM
	83	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rétablir les <u>prescriptions particulières de massif</u> 	REG	DGUHC/SEATM/DATAR
- Redéployer certaines <u>aides publiques</u>	84	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revoir les conditions d'accès aux aides publiques (PAT, <u>taux maximum d'aides publiques</u>) * 	REG	DGCL/DATAR
	85	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réactualiser et redéployer la <u>Dotation Touristique</u> 	REG	DGCL/DT
	86	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmentation de la <u>DDR</u> * 	REG	DCGL/DATAR

(1) Types de mesures : OE (Orientations de l'Etat) CT (Politique Contractuelle) REG (domaine réglementaire)

* Mesures importantes pour le tourisme en moyenne montagne mais à portée plus vaste

Contribution du Tourisme au développement durable de la Moyenne Montagne

ANNEXES

6-1 LETTRE DE MISSION

6-2 LISTE DES PERSONNES ET ORGANISMES RENCONTRES

6-3 BIBLIOGRAPHIE

Juin 2000

6-1 LETTRE DE MISSION

13 OCT. 1999

*Ministère de l'Équipement, des Transports
et du Logement*

La Secrétaire d'État au Tourisme
GRACIANNI*

Madame, Monsieur,

Lors du Conseil National de la montagne, tenu le 19 mars 1999 à Ax-les-Thermes, Monsieur le Premier Ministre m'a chargée d'établir d'ici l'an prochain un programme d'actions pour le développement touristique, tant en été qu'en hiver, des espaces montagnards non situés dans les grandes stations de sports d'hiver à enneigement garanti.

Cette démarche prend place dans une stratégie globale : simultanément, Monsieur le Premier Ministre a annoncé que le Gouvernement poursuivrait une politique de soutien à la modernisation de l'agriculture en moyenne montagne ; par ailleurs, le schéma de service relatif aux espaces naturels et ruraux comportera naturellement des dispositions pour la moyenne montagne. Enfin, vous savez que les prochains contrats de plan devront identifier les mesures en faveur de la montagne.

Les grandes stations d'altitude ne sont pas absentes de mes préoccupations. Leur rôle essentiel au plan économique doit être soutenu. Elles feront l'objet de mesures appropriées, notamment en matière de réhabilitation de l'immobilier de loisir, de politique commerciale, et d'accueil des travailleurs saisonniers;

Les "autres montagnes" justifient une attention particulière, à la fois parce qu'elles représentent un enjeu social important, et parce qu'elles peuvent répondre à des demandes grandissantes de la clientèle. Divers types d'espaces montagnards sont concernés : petites et moyennes stations, villages et territoires de haute montagne, sites remarquables, espaces ruraux à double saison situés à proximité des stations, espaces ruraux de plateau ou de piémont, comportant le cas échéant des stations thermales ou climatiques.

Vous avez accepté, et je vous en remercie, de faire partie d'un groupe de travail chargé de me proposer les éléments d'un rapport au prochain Conseil National de la Montagne, en principe en mars 2000, sur **la contribution du tourisme au développement durable de la moyenne montagne**, et toutes les dispositions qu'il vous apparaîtrait utile d'insérer dans les schémas de services, directives territoriales d'aménagement ou contrats de plan, voire dans la réglementation.

Madame Michèle PRATS
Monsieur Jean-Claude CHARRY
Monsieur Bernard GLASS
Monsieur Bernard SERRES
Monsieur Philippe HUET
Monsieur François ULIVIERI

Certains des espaces de moyenne montagne ont fait l'objet depuis quelques années de divers rapports ou plans. Vous aurez communication de l'ensemble des travaux d'analyse et de prospective récents et en cours, qui pourront être si besoin complétés à votre demande, la DATAR ayant accepté de réserver quelques crédits d'étude pour cela. En prolongement des réflexions de l'instance d'évaluation de la politique de la montagne, vous apprécierez les effets des rapports ou plans susvisés, notamment en identifiant les réussites et les facteurs clés de succès.

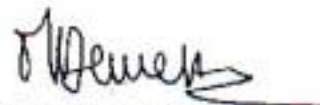
Ce diagnostic étiera votre réflexion prospective tenant compte des évolutions prévisibles en matière de pratique et de fréquentation, et des nouvelles opportunités qu'il vous paraîtra utile de prendre en considération : vous proposerez des orientations stratégiques pour mon département ministériel et des mesures très concrètes relatives au tourisme, susceptibles d'être mise en œuvre rapidement, en vue de renforcer l'action publique en faveur du développement durable de la moyenne montagne et notamment, de l'agrotourisme.

Vous tiendrez compte de la diversité des situations géographiques et économiques dans les différents massifs : il n'est pas indispensable que vous proposiez des mesures pour chacun des espaces de moyenne montagne, l'efficacité des dispositions proposées étant prioritaire sur leur exhaustivité dans le délai imparti.

Le groupe de travail définira librement les modalités selon lesquelles il consultera les principaux élus et organismes représentatifs du monde de la montagne.

J'informe tous les préfets des départements de montagne de la mission qui vous est confiée : le groupe de travail, s'il ne peut les consulter tous, devra au moins prendre l'attache des préfets de massifs, et de ceux qui auront manifesté au SEATM leur souhait d'être entendus.

M. Michel ROUFFET, ingénieur en chef des Ponts et Chaussées au SEATM, est à votre disposition en tant que rapporteur, et vous pourrez vous appuyer sur les services compétents, notamment de la DATAR, de la DT et de l'AFIT. Le SEATM pourra prendre en charge les frais des déplacements nécessaires à votre mission.



Michelle DEMESSINE

6-2 LISTE DES PERSONNES AUDITEES

"Contribution du Tourisme au développement durable de la Moyenne Montagne"

M. ALLARD-LATOURE – Conseiller Général (05)
M. ALLEIN – Directeur de l'Espace Nordique Jurassien
M. ALTHAPE – Sénateur, Président de l'Association Européenne des Elus de la Montagne
M. ANDLAUER – Directeur du PNR du Haut Jura
M. ANGELINI – Président de "MUNTAGNE CORSE INCIBERIA"
M. ANZIANI – DRT Corse
M. BASTION – Préfet des Hautes-Pyrénées
M. BATTESTI – DRAF Corse
Mme BENHAMED – Commissariat Général au Plan
M. BENET – Directeur de l'office de tourisme de Serre Chevalier
M. BERAUD – Directeur de l'Association de la Route des Villes d'Eaux et de Thermauvergne
M. BERNARD - Conseiller Général et maire de St Etienne de Devoluy
M. BERNIER – Président des chasseurs de l'Ariège
Mme BERTRAND – Directrice du réseau culturel "TERRES CATALANES"
M. BLANC – Maire des Angles (66)
M. BONNETAIN – Secrétaire Général aux Affaires Corse (SGAC)
M. BONO – Maire d'Annot (04)
M. BONTRON – Cabinet SEGESA
M. BONREPAUX – Député, Président de la Commission permanente du Conseil National de la Montagne
M. BOUCAULT – Préfet de Région Midi Pyrénées, Chargé de la Coordination pour le massif des Pyrénées
M. BOUCHUT – Ministère de l'Agriculture et de la Pêche
M. BOUVARD – Député, Président de l'ANEM
M. BRIANE – Député de l'Aveyron (12)
M. CARON – Inspecteur de l'Agriculture
M. CAZALIS – Directeur de la Mission de Développement Touristique des Pyrénées Atlantiques (64)
M. CHATRY – Directeur du Parc National des Pyrénées
M. CHARMETANT - Directeur du CDT Savoie (73)
M. CHAUVIN – DATAR Pyrénées
M. CIATTONI – DIREN Corse
M. CLAEYS – ANEM
M. CLEMENT – SGAC
M. COMBE – Directeur Général de Vacances Auvergne Limousin (VAL)
M. CORTECCIANI – Responsable du Comité de Gestion de la RESTONICA (Corse)
Mme DEBIOLLES – Agence Touristique Départementale de la Savoie
M. DENARIE – DRT Corse
M. DESROZIER – Maire de Gentioux Pigerolles
M. DUCAT – Président du directoire et Directeur Général de SOMIVAL
Mme DUPUIS – Fédération Nationale des Pays d'Accueil Touristiques

M. EYNIUS – Directeur de l'office de tourisme de La Bresse
M. FARAUDO – Président du SNTF
M. FAURE – SEATM
M. FAURE – Sénateur, Maire d'Autrans (38)
Mme FAZI – Maire de Renno, Vice présidente du PNR Corse
M. FELLINI – Préfet de la Drôme
Mme FILLEAU – Chef de produits France Havas Voyages
M. FONTANEAU – Directeur de l'Association de Développement des Pyrénées par la Formation (ADEPFO)
M. FONVIELLE – La Balaguère
M. FOURNIER – Directeur du PNR Livradois-Forez
Mme GAUDRIAULT – AFIT
M. GAULARD – Hôtelier, Hameau de Vallouse (Drome)
M. GAYMARD – Député de la Savoie
Mme GERBAUX – CNRS-CERAT Grenoble (38)
M. GIARD – SEATM
M. GILBERT – ONF Corse
M. GIORGI – Président de l'Agence Touristique Corse
M. GRAS – Directeur du voyageur OLLANDINI (Corse)
M. GUIBERT – Directeur du CDT du Jura
M. De GUILLEBON – Directeur du Parc National de la Vanoise
M. HERVE – Directeur de l'institution Patrimoniale du Haut Béarn
M. HUART – District de Haute Maurienne
Mme JACQUET-MONSARRAT – DATAR
M. JALLIFIER – DRJS Rhône-Alpes
Mme JUDAIS – Présidente de l'Association des amis du PNR Corse
Mme KATCHATOURIAN – CCI Drome
M. KLINKERT – Directeur de l'association départementale du tourisme du Haut-Rhin
M. KOVACIC – Directeur de l'office de tourisme du Queyras
Mme KOVATCHAZY – Direction du Tourisme
M. LASSALLE – Vice Président du Conseil Général des Pyrénées Atlantiques (64)
M. LAFAGE - AFIT
M. LEBEL – Secrétaire Général de la Mission Alpes – Ministère de l'Equipement du Logement et des Transports (MELT)
M. LEBRAS – Délégué Général de l'Association des Maires des Stations Françaises de Sports d'Hiver et d'Eté (AMSFSHE)
M. LECOQ – CDT du Var (83)
M. LE COZ – Directeur de "Terres d'Aventures"
M. LEENHARDT – Ancien Directeur du PRN Corse
M. LEONETTI – Agent de développement District d'Alta Rocea (Corse)
M. LEONETTI – SARL "ALTORE" (Agence de loisirs sportifs)
M. LIBOUREL – Vice Président du Conseil Général de la Lozère (48)
M. LE MAREC – Direction du Tourisme
M. MACHENAUD – Hôtelier Hautes-Pyrénées
M. MAGNIEN – Vacances RENOUVEAU
M. MARBACH – DGUHC – MELT
M. MARCON - Président de l'union des CCI du Massif Central et de la CCI du Puy-Yssingaux, Maire de St Bonnet le Froid (43)
M. MARTIN – Directeur du SEATM
M. MARY – Conseiller Général des Alpes-Maritimes (06)
Mme MATHELET – Cabinet New Deal

M. MATHIS – DRT Midi Pyrénées
M. MAURENS – DRONF Midi Pyrénées
Mme MAJEROVITCH – Cabinet LEXEL
M. MIR – Maire de ST LARY (65)
M. MOLINAS – Directeur du Parc Naturel des Cévennes
M. De MONBRISON – AFIT
M. MORAND – Président de l'AMSFSHE
M. MORETTI – Directeur de l'office de tourisme de Porto Vecchio (Corse)
M. MOISSET – Directeur Général de l'AFIT
M. MUYARD – Vice Président du Conseil Général du Jura (39)
M. NETTER – AFIT
M. OLIVIER – Maire de Genolhac (30)
M. OURS – Directeur de France Ski de Fond
M. PAPINI – Chambre d'Agriculture de Corse
M. PARRUNCHINI – Parc Naturel Régional de Corse
M. PELIEU – Conseiller Général du Louron (65)
M. PETIT – Directeur de l'Atelier Technique des Espaces Naturels
M. PERRET – CEMAGREF Grenoble
M. PEYSSERET – Hôtelier, Président de la "Route des Pyrénées"
M. PICHOT – Agence de Développement Economique du Doubs
M. POLI – Vice Président Office de Tourisme de Corte (Corse)
M. PRORIOLO – UNAT Lyon
M. PUJOS – DRONF Provence Côte d'Azur
M. REMOND – Cabinet Nouvelles Traces, Association Villages de Montagne
Mme REOCREUX - SGAC
M. RITCHARDS – DATAR
M. ROBERT DE ST VINCENT – DIREN Midi Pyrénées
M. ROCHETTE – Délégué Général PAM
M. SADORGE – Directeur Fédération des Parcs Naturels Régionaux
M. SAPEDE – Préfet de Haute Corse
M. SAVORNIN – Président de la Fédération Française d'Economie Montagnarde
M. SESTIER – Cabinet LEXEL
M. SIALELLI – Adjoint au maire de Corte (Corse)
M. SIMIAND – Délégué Général du SNTF
M. TARTY – Ministère de l'Agriculture et de la Pêche
M. TIJOU – Directeur de Chamina
M. TOUCHARD – DESCO – Ministère Education Nationale
M. VAXELAIRE – Conseiller Général des Vosges (88), Maire de La Bresse
M. VEISSIERE – Vice Président du Conseil Général du Puy de Dôme (63)
M. VION – Maire de Pralognan (73)
Melle ZYSBERG – Aménagement du Territoire et de l'Environnement
M. le Président du Conseil Général de la Drome

6-3 BIBLIOGRAPHIE

"Contribution du Tourisme au développement durable de la Moyenne Montagne"

Liste des principaux ouvrages et rapports analysés

- Rapport de l'Instance d'Evaluation de la politique nationale de la montagne (Commissariat Général au Plan) – Documentation Française 1998
- Rapport sur les problèmes structurels des stations de moyenne montagne par M. R. PASCAL pour le Ministère de l'Equipement et du Tourisme – Juillet 1993
- Pour le droit à la pluriactivité – Propositions au Premier Ministre par H. GAYMARD – 1994
- Propositions pour l'amélioration de la situation sociale et professionnelle des travailleurs saisonniers du tourisme par A. LE PORS – 1999
- La gestion des stations – Rapport de la section de l'aménagement touristique du Conseil National du Tourisme – 1999
- Les classes de découverte – Rapport de M. CHAUVIN au Conseil National du Tourisme – 2000
- Moyennes montagnes européennes – Actes du colloque de Clermont Ferrand – mai 1998 (CERAMAC)
- Le tourisme en moyenne montagne (P. VITTE-CERAMAC) 1994
- Actes du colloques "Montagne et aménagement du territoire" – 1999 ANEM-AMSFSHE
- Réflexions pour un "Plan pour la moyenne montagne" (1996 – SEATM)
- Les outils et démarches en vue de la réalisation d'agenda 21 locaux (MATE – mai 2000)
- L'Etat du thermalisme en France – Rapport de M. COHEN au Conseil National du Tourisme – 1998
- Résinventer les vacances – La nouvelle galaxie du tourisme (Commissariat Général au Plan, Secrétariat d'Etudes au Tourisme) Documentation Française – 1998
- "Réflexions prospectives sur le tourisme et les loisirs en montagne" (CERREP-JANVIER pour le SEATM – Rapport provisoire octobre 1999)
- Les tendances de la demande par rapport à l'offre montagne - COFREMCA-SOCIOVISION-NEW DEAL pour AFIT-SEATM (à paraître en octobre 2000)
- La demande touristique en espace montagne en 1997 (Observatoire National du Tourisme - 1999)
- Analyse statistique et cartographique du tourisme en moyenne montagne (SEGESA pour DATAR – Juillet 2000)
- Quelles politiques rurales pour les Alpes (Revue de Géographie Alpine 1993)
- Tourisme en espace rural (Observatoire National du Tourisme 1999)
- Les stations de moyenne montagne – Enjeux et capacités d'adaptation – CEMAGREF pour AFIT (1998)
- Le tourisme diffus en montagne : système d'acteurs et gestion touristique – Architecture et territoire pour le Commissariat Général au Plan – 1997
- Bilan des mesures touristiques mis en œuvre dans les contrats Etat Régions dans la période 1994-1999 (SEATM)

- Conventions Interrégionales de Massifs (2000-2006) DATAR
- Guides de Savoir Faire - réalisés par l'Agence Française d'Ingénierie Touristique (AFIT) et le Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne (SEATM) : randonnée, promenade, escalade, via ferrata, VTT, tourisme équestre, eaux-vives, sports aériens (1994 à 2000)
- Projets de guides de Savoir Faire (AFIT-SEATM) : Raquettes à neige, hébergements de randonnées (A paraître en 2000)
- Le tourisme et les espaces naturels AFIT (sortie prévue en été 2000)
- Le tourisme des enfants et des jeunes à la montagne (SEATM – Direction du Tourisme – 1999)
- Les jeunes à la montagne – Actes des "Entretiens de la Montagne" Chambéry (SEATM – 1999)
- Tourisme et Faune sauvage – AFIT 1999
- Les clientèles du tourisme halieutique – AFIT 1998
- Actes des assises nationales du tourisme de pêche (AFIT – 1996)
- L'agritourisme (AFIT – 1998)
- Circulations douces – Guide de savoir faire (AFIT – 2000)
- L'expérience des parcs-pilotes (Fédération Nationale des Parcs Naturels Régionaux de France – 1999)

-Documents d'études sur les refuges et la haute montagne hors station :

- études de clientèle dans les Parcs Nationaux et leurs zones périphériques (1997-1999)
- projet de Programme de réhabilitation des refuges (Club Alpin Français 1999)
- documents d'études du groupe de travail interministériel sur les refuges, présidé par M. Bernard SERRES (Inspecteur Général Adjoint du Tourisme) 1998-2000