

UCPa

DOSSIER DE PRESSE

**REPENSER**

LE SKI ET

**RÉINVENTER**

LA STATION

DE DEMAIN





ÉDITO



GUILLAUME LÉGAUT  
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'UCPA

# TOUS AU SKI ? INVENTER LA STATION DE DEMAIN

« La montagne est une formidable école de vie. Marqué par des phénomènes naturels exceptionnels, ce milieu vivant et vulnérable demande à l'être humain de s'adapter sans cesse. Laboratoire pour la société, la montagne est une opportunité d'apprentissage pour les jeunes. Rompre avec l'environnement quotidien permet de valoriser les sensations, le sens de l'observation, le sentiment d'appartenance, les capacités de dépassement et d'entraide. Placés en situation active en montagne, les jeunes apprennent la responsabilité, la solidarité et l'autonomie.

Dans le foisonnement d'activités nouvelles et de nouveaux modes d'appropriation des espaces sportifs, la culture de la montagne tient une place particulière : ski, surf, snowboard, parapente, escalade, canoë-kayak... Héritière d'une expérience ancestrale en harmonie avec la nature, traversée par l'esprit rebelle des années 60-70, démocratisée avec la mondialisation et les réseaux sociaux, la culture de la glisse réintroduit dans l'univers du sport des dimensions ludiques, de sensation, communautaires et participatives. Renouvelée ces dernières

années, elle a permis un décloisonnement des pratiques sportives et de nouvelles appartenances individuelles et sociales. Avec les passionnés de glisse, la montagne est redécouverte comme espace de liberté à explorer, à vivre avec de nouvelles sensations, à respecter et à partager avec les autres.

Pourtant dans un contexte où la fréquentation des sports d'hiver et de la montagne l'été tend à décliner chaque année en France, l'enjeu d'un renouvellement générationnel est reconnu par tous les acteurs de la montagne. Victime de son coût et du fort déclin des classes de neige, la pratique du ski recule chez les jeunes. D'autres enjeux émergent également : réchauffement climatique, concurrence internationale, nouveaux modes de consommation, essoufflement du modèle économique... Trente ans après la loi Montagne de 1985, l'État ainsi que les dispositions prises en 2016 en faveur de l'aménagement, du développement et de la préservation de la montagne prennent trop peu en compte les enjeux éducatifs et sociaux. Pour préserver la valeur éducative de cet espace de liberté, il y a un enjeu à repenser les stations de montagne de demain.

L'accès à la montagne pour tous est-il encore possible ?

Acteur historique œuvrant pour l'accès des jeunes à la montagne, avec d'autres, l'UCPA est fortement engagée pour lever les barrières et ouvrir la montagne aux jeunes. Les villages sportifs UCPA à la montagne accueillent au total 800 000 journées d'activité chaque année, dont trois quarts l'hiver. Un quart des stagiaires en montagne sont des mineurs et les trois autres quarts sont des jeunes adultes. Plus de la moitié du public accueilli par l'UCPA bénéficie d'une aide au départ. Avec une moyenne d'âge du public inférieure à 25 ans, l'organisation d'une école de ski intégrée, la pratique de tarifs tout compris inférieurs au prix du marché durant toute la saison, l'UCPA est l'un des rares opérateurs à s'engager sur le long terme pour développer la fréquentation de la montagne.

Reconquérir les jeunes suppose de redynamiser les séjours collectifs, digitaliser l'expérience, réduire les coûts, développer de nouveaux services, de revaloriser le potentiel éducatif. En un mot, l'UCPA appelle à réenchanter la montagne. »



# DIAGNOSTIC DES STATIONS

## ENTRE HAUSSE DES JOURNÉES-SKIEURS ET BAISSÉ DU NOMBRE DE PRATIQUANTS

Après quatre années consécutives de baisse du nombre de journées-skieurs, la France a enregistré sa première hausse en 2017-2018, avec 53,8 M de JSK, lui permettant ainsi de se hisser en deuxième place derrière l'Autriche sur le plan international. Cependant, alors que le nombre d'étrangers présents en station augmente, la part de Français qui pratiquent diminue un peu plus chaque année. En effet, seulement 18 % des Français partent une fois par an au ski, 25 % y vont occasionnellement et 48 % ne partent pas\*. Selon une enquête du Financial Times, en 10 ans, le nombre de skieurs dans les Alpes a diminué de 14 % alors qu'il s'agit de la première destination avec 43 % des skieurs mondiaux. Ainsi, en seulement huit ans, les skieurs sont passés de 175 millions en 2008 à 150 millions en 2016-2017. Qu'est-ce qui explique ce recul ?

\* Étude « Les Français et la montagne en hiver » menée en 2018 par le ministère de l'économie et des finances.

\*\* Guide « La réhabilitation de l'immobilier de loisir dans les stations de montagne » - Atout France.

## UN INVESTISSEMENT CONSÉQUENT POUR LES SKIEURS

Selon l'étude du ministère de l'Économie et des Finances « Les Français et la montagne l'hiver », 57 % des personnes interrogées déclarent ne pas partir à cause du prix trop élevé. Les Domaines Skiables de France et la Caisse des dépôts en Rhône-Alpes évaluent qu'une journée aux sports d'hiver coûte, en moyenne, 117 € par jour et par personne.

Si l'on regarde le profil des skieurs français : 40 % ont 50 ans et plus, 29 % ont entre 35 et 49 ans. Ils sont pour 20 % des cadres supérieurs et des professions libérales et pour 20 %, ils exercent des professions intermédiaires.

Nécessitant un budget conséquent, d'autant plus pour une famille de classe moyenne avec des enfants, les vacances aux sports d'hiver marquent les différences sociales et creusent les inégalités face à l'accès aux loisirs et aux vacances.

## DES INVESTISSEMENTS EN BAISSÉ POUR LES STATIONS

L'enneigement artificiel, la qualité de services, l'accès et la mobilité au sein des stations, sont des axes de développement prioritaires pour moderniser nos stations françaises et offrir aux skieurs une meilleure expérience client. En effet, la France investit deux fois moins que l'Autriche dans ses domaines skiables. Depuis environ 15 ans, elle engage, en moyenne, 300 millions d'euros par an, contre 500 millions en Autriche.

À ce jour, le taux de couverture du domaine skiable français est l'un des plus faibles d'Europe avec 30 % contre 60 % en Autriche. En raison du réchauffement climatique, l'enneigement naturel des stations s'appauvrit d'année en année, un phénomène que bien des stations françaises ne parviennent pas à enrayer malgré les efforts d'investissement consentis.

De plus, le parc immobilier des stations françaises a vieilli : 75 % des lits en résidences secondaires ont été construits avant 1990 et de nombreux logements souffrent d'un manque d'investissement\*\*, alors que la clientèle actuelle est beaucoup plus attentive au confort et à la taille des logements loués.

Enfin, selon le ministère de l'Économie et des Finances, 30 % des Français choisissent leur destination de sport d'hiver en fonction de sa facilité d'accès et le choix de leur hébergement se fait pour 44 % en fonction de sa proximité avec les pistes et pour 23 % avec le centre de la station. Le cabinet de conseil G2A s'est penché sur les freins des personnes qui ne partent pas à la montagne l'hiver : 6 % ne partent pas à cause de la localisation géographique et pour 14 % le voyage et les bouchons sont les aspects qui leur plaisent le moins.

## LA PRATIQUE DU SKI S'ÉRODE

L'étude menée en 2017 par le cabinet de conseil en stratégie marketing touristique G2A Consulting révèle que l'activité principale en station est le ski à 72 % mais que la deuxième activité la plus pratiquée est la « non-activité » à 33 %. Il semblerait que de plus en plus de vacanciers se rendent à la montagne pour goûter à d'autres plaisirs ou simplement se détendre et ne pratiquer aucune activité. Toujours selon la même étude, chaque année, la part de « non-skieurs » augmente d'1 %. Ainsi, ils étaient 13 % en 2012 et 17 % en 2017.

De plus, l'apprentissage du ski est remis en cause et perçu comme trop contraignant par les apprentis skieurs à la recherche d'un équilibre entre pédagogie et plaisir. La dernière étude de Laurent Vanat\*\*\* rapporte, à ce propos, que 86 % des débutants n'ont pas apprécié leur première expérience et ne souhaitent pas revenir aux sports d'hiver. Le déclin des classes de neige contribue aussi à faire disparaître la culture du ski chez les jeunes, y compris ceux vivant en périphérie des stations. Alors que dans les années 50, des millions d'enfants ont découvert le ski grâce aux classes de neige, ils sont, à ce jour, de moins en moins nombreux à partir avec leur école. En effet, en 10 ans, le nombre de classes découvertes a baissé de 20 %\*\*\*\*. Selon Domaines Skiables de France, 73 % des gens qui apprennent à skier reviennent pratiquer l'activité, il est donc primordial de faciliter l'accès à l'apprentissage des sports de neige dès le plus jeune âge.

\*\*\* Rapport international 2018 sur le tourisme de neige et de montagne.

\*\*\*\* Dossier de presse Génération Montagne 2018.

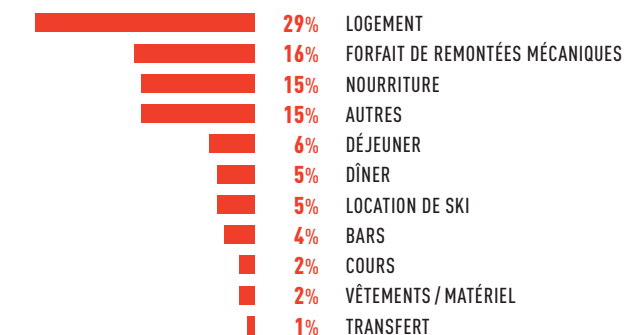


## LA CONCURRENCE DES VACANCES AU SOLEIL

Les séjours au soleil ne facilitent pas le retour des vacanciers sur les pistes. Avec l'émergence des vacances en tout compris économique, pour le même prix qu'un séjour aux sports d'hiver une famille peut partir au soleil, vol compris. Google et Pierre et Vacances ont délivré une étude sur les perspectives

du tourisme en France pour l'hiver 2017-2018 : une croissance de 11 % pour la recherche de destinations soleil, par rapport à 2016. De plus, l'Espagne et le Portugal sont les premières destinations des Français pour l'hiver, suivies de près par la Tunisie et le Maroc (+31 % par rapport à 2016). Les jeunes délaissent les pistes françaises au profit de destinations chaudes et ensoleillées devenues très abordables et concurrentielles. ■

### VOICI LA RÉPARTITION DES POSTES DE DÉPENSES – HORS PACKAGE



Source « Les retombées économiques des domaines skiables de Rhône-Alpes » mars 2013

# LES JEUNES ET LES STATIONS

## ➤ TRAVAILLER L'ATTRACTIVITÉ DE LA MONTAGNE POUR SÉDUIRE LES JEUNES

« La génération des baby-boomers va progressivement se réduire sans être remplacée de manière adéquate par les générations futures qui n'affichent pas le même enthousiasme pour le ski. Partout, le défi est d'attirer une génération plus jeune qui consomme différemment, qui zappe rapidement, et qui démontre un intérêt pour toutes sortes d'activités concurrentes. » révèle Laurent Vanat dans sa dernière étude.

## LE REcul DE LA CULTURE DU SKI CHEZ LES JEUNES

Les nombreuses études publiées au cours des dernières années font toutes le même constat : la montagne n'attire plus les jeunes. Alors qu'en 10 ans la population des jeunes a augmenté de 1 % en France, elle a en même temps, baissé de 4 % à 10 % au sein

\*\*\*\*\* Étude « Les 15-25 ans et l'outdoor : Usages et Prospective » réalisée par Poprock sur un échantillon de près de 1000 jeunes, en 2018.

## UN VIVIER À CONQUÉRIR

La dernière étude menée par le ministère de l'Économie et des Finances révèle que les personnes qui ne partent pas à la montagne l'hiver mais qui sont intéressés par cette destination, sont âgées de 15 à 34 ans pour 57 % d'entre eux.

L'étude Poprock explique également que les jeunes se sentent en décalage et ne sont plus séduits par l'idée des vacances aux sports d'hiver, pourtant 14 % d'entre eux adoreraient pratiquer le snowboard. On constate un effet de désertion des pistes de la part des jeunes, alors que plus de la moitié des moins de 35 ans souhaiterait pouvoir profiter de séjours aux sports d'hiver.

## À LA RECHERCHE DE L'ESTHÉTIQUE

Les Millennials, c'est-à-dire, ceux nés entre le début des années 1980 et 2000, ont des habitudes de voyages assez particulières. Très épris des réseaux sociaux et notamment d'Instagram, un des premiers critères de choix des vacances d'un Millennial est « l'instagrammabilité » de la destination, à savoir la photogénie des lieux, des paysages et des activités. La possibilité de publier des photos à fort potentiel de « Like » tient une grande place dans le choix de la destination.

Ce constat rejoint l'idée mise en avant par l'étude de Poprock sur les 15-25 ans et l'outdoor, selon laquelle la montagne l'hiver doit redéfinir l'imaginaire qui gravite autour d'elle, elle doit réussir à se rendre plus désirable et s'appuyer sur ses atouts pour attirer une clientèle plus jeune :

- l'immersion en pleine nature ;
- la recherche d'aventures uniques ;
- l'instagrammabilité de ses paysages.

des domaines skiables. En effet, en 20 ans, de 1995 à 2015, les jeunes âgés de 9 à 25 ans présents sur les pistes sont passés de 20 % à 14 %. L'étude menée en 2018 par l'agence Poprock « Demain, tous dehors ? »\*\*\*\*, révèle que plus d'un jeune sur deux n'est jamais allé au ski, ou seulement une fois enfant.

Pour les jeunes, le ski n'est plus une option envisagée car :

- trop cher, pour 38 % d'entre eux, le premier frein au départ est le prix ;
- ils n'en ont pas l'occasion, pour 32 % ;
- ils trouvent ça ringard, à 22 % ;
- ils n'aiment pas, pour 12 % d'entre eux.

Plus largement, au niveau européen, une étude menée par Atout France en 2017 révèle que seulement 6 % des jeunes sont déjà allés skier alors qu'ils sont deux fois plus nombreux à être attirés par le tourisme au sein des grandes villes d'Europe. Il devient nécessaire de réagir et d'agir car une génération qui ne va pas au ski, c'est une génération qui n'emmène pas ses enfants non plus.

## DES INITIATIVES DÉDIÉES AUX JEUNES

### LES ACTIONS DE L'UCPA DÉDIÉES AUX JEUNES

L'UCPA accompagne le renouvellement générationnel du tourisme et des pratiques sportives à la montagne. 60 % de ses clients qui partent aux sports d'hiver ont moins de 30 ans. Avec 20 villages sportifs UCPA dans les Alpes, l'UCPA est fortement mobilisée pour faire découvrir les attraits de la montagne aux jeunes et leur proposer des activités sportives variées.

Les principaux freins aux départs des jeunes étant financiers, l'UCPA a décidé de mener une politique tarifaire préférentielle. En effet, peu de personnes savent que les prix des stages sportifs UCPA demeurent, pour une prestation tout compris équivalente (hébergement collectif, pension complète, matériel et encadrement sportif), inférieurs à ceux du marché : entre -30 % et -40 % l'hiver.

### Les dispositifs 100 % jeune

L'UCPA met en œuvre, chaque année, de nombreux dispositifs qui ont bénéficié à 82800 jeunes dans le cadre de parcours pour l'égalité des chances en 2017 :

- le dispositif *Happy Winter* offre aux jeunes des tarifs réduits et contribue ainsi à lever les barrières économiques qui pèsent sur leur départ en vacances en stations. Chaque année, plus de 2500 jeunes sont concernés ;
- l'opération *Un bus pour un campus* (en partenariat avec le CNOUS, les CROUS, les organisations étudiantes, l'ANCV et le ministère des sports), dont le but est d'aider aux départs les étudiants boursiers, a permis à 865 jeunes en 2017 de vivre 4 jours de ski encadrés par nos moniteurs à un tarif très accessible (entre 220€ et 280€, cours et transport compris).

58 % des publics accueillis sur les stages sportifs UCPA bénéficient de prix très accessibles ou d'aides financières (tarifs 18-25 ans, offres étudiantes *Happy Winter*, *Un bus pour un campus...*) en relation avec leur situation économique et sociale.

L'UCPA agit également en faveur de la construction et de l'émancipation des 16-25 ans en donnant à tous la possibilité d'exprimer leurs potentiels, de vivre avec d'autres des expériences sportives plurielles où coopération et entraide sont de mises.

Notamment, les séjours Pure Action destinés aux 16-17 ans qui souhaitent plus d'autonomie. L'UCPA a conçu les séjours Pure Action autour de deux principes : la quasi-autonomie des jeunes qui s'accompagne d'un engagement de leur part à respecter des règles collectives, et la co-construction du programme et de la vie du groupe avec les équipes pédagogiques. Le climat de confiance et de responsabilisation permet à chacun d'être pleinement acteur de ses vacances et de progresser sur le plan relationnel.



### COMPARATIF ENTRE TOUT COMPRIS UCPA & SÉJOURS SANS L'UCPA UNE SEMAINE AU SKI À CHAMONIX

PRESTATIONS DU SÉJOUR POUR 1 PERSONNE	SANS PARTIR AVEC L'UCPA	AVEC LE TOUT COMPRIS UCPA
HÉBERGEMENT	263 €	<b>670€<sup>(1)</sup></b>
PENSION COMPLÈTE	96 €	
FORFAIT REMONTÉES MÉCANIQUES	315 €	
LOCATION MATÉRIEL	67 €	
COURS AVEC UN MONITEUR	325 €	
<b>TOTAL</b>	<b>1066 €<sup>(2)</sup></b>	

(1) Tarif Tout Compris UCPA - Village Sportif UCPA Chamonix - Semaine du 31/03/2019.

(2) Prix moyens constatés en station de Chamonix la semaine du 31/03/2019 - Hébergement TUI + Pack nourriture Pension Complète+ Forfait Remontées Mécaniques + Location matériel + Cours plein-temps ESF





## GRENOBLE EMMÈNE SES JEUNES À LA MONTAGNE

En 2003, la Ville de Grenoble a lancé l'initiative *Jeunes en montagne* pour permettre aux jeunes de la ville et de ses quartiers de découvrir les richesses et les valeurs qu'offre la montagne. En effet, trop de jeunes, vivant aux portes des Alpes n'ont pas accès à la montagne soit par contrainte financière, par contrainte géographique ou par différence de culture. À travers la découverte d'activités sportives de montagne, les jeunes sont sensibilisés à l'environnement, ils développent des notions de dépassement de soi, de solidarité, de partage et deviennent plus responsables. Chaque année, *Jeunes en montagne* permet à plus de 300 jeunes de pratiquer, en pleine nature, la randonnée, l'escalade, l'alpinisme, le ski de randonnée, la cascade de glace ou encore le trail.

### LES CHIFFRES CLÉS UCPA 2018

**60%**

DES CLIENTS UCPA QUI PARTENT  
AUX SPORTS D'HIVER ONT MOINS DE 30 ANS

**6 600**

MINEURS PARTENT  
À LA MONTAGNE L'HIVER

**4 400**

18-25 ANS PARTENT  
À LA MONTAGNE L'HIVER

**450**

CLIENTS ADULTES DÉBUTENT LE SKI  
CHAQUE ANNÉE AVEC L'UCPA

### Le ski débutant

L'UCPA s'adresse aussi à tous ceux qui n'ont jamais chaussé de skis et redoutent de ne pas y arriver parce qu'ils n'ont pas appris enfant et leur dispense les bases pour apprendre à skier à l'âge adulte. Avec ces séjours dédiés aux débutants, l'UCPA permet d'apprendre à skier dans les meilleures conditions. Les moniteurs UCPA dispensent des conseils techniques et mettent en place des exercices ludiques en petit groupe sur des terrains propices.

### GÉNÉRATION MONTAGNE RÉUNIT LES ACTEURS DE LA MONTAGNE

Lancée en 2017 par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et l'Association Nationale des Maires de Stations de Montagne, l'opération *Génération Montagne*, s'engage pour le renouvellement générationnel. À travers *Génération Montagne*, c'est toute une région qui met en place des leviers d'actions concrètes. Ainsi, en adhérant à la charte *Génération Montagne*, les stations s'engagent à proposer des offres d'activités et d'hébergement dédiées à la tranche d'âge 8-25 ans, adaptées à leurs attentes avec des conditions tarifaires préférentielles. En 2017, la première édition de *Génération Montagne* a permis de fédérer les territoires, les hébergeurs et différents

acteurs socio-professionnels de la montagne en Auvergne-Rhône-Alpes autour de plusieurs actions :

- le développement et la promotion des offres adaptées aux habitudes de consommation des jeunes en leur proposant des sensations fortes et des temps « après-ski » riches : événements festifs, challenges sportifs, découvertes de pratiques sportives nouvelles ou insolites, etc ;
- le soutien des structures d'hébergement collectif grâce à son « Plan Montagne », la Région Auvergne-Rhône-Alpes a soutenu à hauteur de 40 % les acquisitions foncières ou immobilières d'hébergements collectifs et jusqu'à 30 % des travaux de création et de réhabilitation ;
- la proposition de conditions tarifaires adaptées au budget restreint des jeunes, avec des séjours tout compris incluant le transport, l'hébergement, la restauration, les forfaits et les équipements ;
- la digitalisation de l'offre des structures en passant par la transformation numérique de leur marketing et de leur relation client ;
- l'accessibilité aux stations en limitant les coûts de transport et en optimisant l'intermodalité entre les trains, les bus et les navettes des stations, en valorisant les offres packagées des autocaristes au départ des grandes villes, ou encore en encourageant le covoiturage.

# SUR LA PISTE DES ACTIONS D'AVENIR



### OU COMMENT S'INSPIRER DES BONNES PRATIQUES

Les stations de ski en France et dans le monde font face à de nombreux changements qui les obligent à revoir en profondeur leur offre et leur fonctionnement : réchauffement climatique, recul de la culture ski, vision ringarde de la montagne, etc. Les stations doivent relever de nouveaux défis : préserver l'authenticité et les valeurs de la montagne tout en s'adressant à de nouveaux publics. L'enjeu actuel est donc de repenser les stations de ski comme un lieu de vie et non plus seulement comme un dortoir pour sportifs passionnés par la pente.

### DÉVELOPPER LA DÉMARCHÉ COLLECTIVE

La Cour des comptes publie en 2011 un rapport dans lequel elle fait des recommandations aux stations de skis françaises. Au-delà de la nécessité de faire face aux changements climatiques, ce rapport pointe un enjeu de gouvernance pour de nombreuses stations du territoire. Comme la plupart des communes décident de leur gestion de manière individuelle et que le rôle des Établissements Publics de Coopération Intercommunale demeure restreint, les stratégies locales des stations manquent souvent d'efficacité et de coordination, créant ainsi une situation concurrentielle.

La Cour des comptes pointe aussi la gestion maladroite des contrats de concession : concessions excessivement longues, politique tarifaire et recettes pas toujours bien maîtrisées ou optimisées, déléguant se contentant parfois de valider les tarifs présentés par l'exploitant ou encore taxes non appliquées.



Pour développer une démarche collective, les stations doivent limiter l'atomisation des acteurs et créer des alliances afin d'augmenter leurs poids face à des opérateurs très puissants.

## DIVERSIFIER LES ACTIVITÉS

En Amérique du Nord, certaines stations se sont penchées sur les changements nécessaires à leur survie et ont parié sur la diversification des activités proposées, et ce, toute l'année. Au Canada, Mont Tremblant est devenue une référence de la station quatre saisons. En effet, le village fait vivre une expérience tournée vers les attentes de ses clients : un front de neige facile d'accès, des hébergements variés et de grande qualité, une offre d'activités diversifiée indoor (piscines, spas, etc.) et outdoor (tubing, ski, snow, freestyle, vélo, jeux d'eaux, golf, etc.) et de nombreux commerces et restaurants. Mont Tremblant propose également une programmation événementielle continue. La station s'adresse aussi aux entreprises et propose du tourisme d'affaires en dehors des vacances scolaires.

Porté conjointement par la Ville de Chamrousse, la Communauté de Communes du Grésivaudan et Grenoble Alpes Métropole, la station de Chamrousse met en place un projet d'aménagement « Chamrousse 2030 », qui vise à repenser l'ensemble de la station. Son objectif : créer une station connectée et ouverte toute l'année, moderniser et multiplier les infrastructures pour les enfants, les débutants et la famille, développer le tourisme d'affaires et relier les différents niveaux de la station par un câble. Le projet prévoit également une télécabine qui relie Grenoble à Chamrousse en 25 minutes.

## OPTER POUR UN SKI ÉCORESPONSABLE

La station de ski de Vallnord-Arcalis, située en Andorre, est une première mondiale : son impact environnemental est entièrement neutre. Une révolution dans le monde des stations, réputées peu écologiques ! En effet, la totalité de l'activité d'Arcalis fonctionne grâce à l'énergie renouvelable. En aval du bassin de la Canaleta, une usine hydroélectrique a été construite. Elle alimente la centaine de canons à neige, une dizaine de télésièges et téléskis et couvre l'ensemble des besoins en électricité de la station pour tout l'hiver. Arcalis est également équipée de deux bornes de recharge pour les voitures électriques des skieurs.

En France, les stations ont aussi des obligations liées à la consommation en eau. Certaines stations décident d'aller plus loin dans leur engagement en faveur d'une gestion plus durable de leur domaine. En 2011, l'association Mountain Riders, a créé le label « Flocon Vert » composé de 21 critères tous obligatoires et regroupés autour de quatre thèmes : la gouvernance, l'économie locale, le social et le culturel et les ressources naturelles et l'écologie. À ce jour, 5 stations françaises ont été labellisées :

- Les Rousses dans le Jura,
- La vallée de Chamonix Mont-Blanc en Haute-Savoie,
- Châtel en Haute-Savoie,
- La Pierre Saint-Martin dans les Pyrénées,
- Chamrousse en Isère.

## SKIER ILLIMITÉ

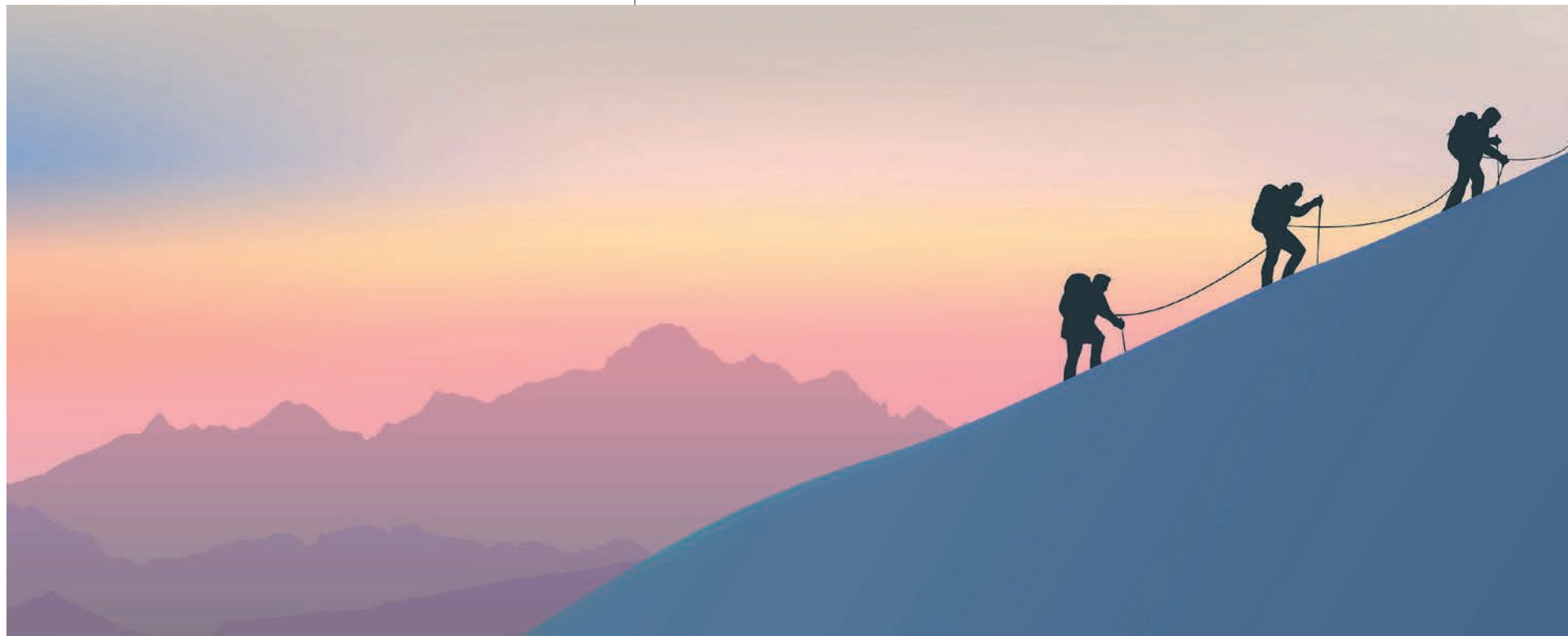
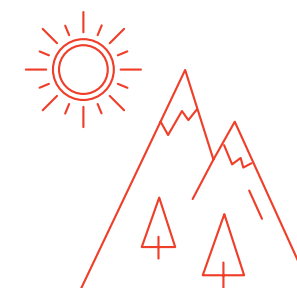
Depuis 2008, les stations de ski en Suisse enregistraient une baisse de fréquentation de 30 %. Pour limiter cette situation et dynamiser son offre, le pays a lancé en 2017 le Magic Pass. Celui-ci permet de skier en illimité, tout l'hiver, dans plus de 30 stations pour 749 Francs Suisses (soit 660 €). Les initiateurs du projet se sont eux-mêmes inspirés des offres identiques déjà présentes aux États-Unis depuis de nombreuses années. Pour sa première édition hivernale 2017-2018, 85000 pass ont été vendus aux skieurs suisses. Pour le pays, cela représente une augmentation de 48 % des journées skiées par rapport à l'hiver dernier. De plus, même si cette initiative ne conquiert pas de nouveaux skieurs,

elle a des répercussions positives sur l'ensemble des acteurs des domaines skiables partenaires de l'offre et permet d'augmenter le nombre de nuitées réservées et d'augmenter les recettes des commerces et des restaurants.

## BOOSTER LES CLASSES DE NEIGE

L'Espagne et notamment la société chargée de l'exploitation de la station d'Astún, ont bien compris que le renouvellement générationnel est un enjeu primordial pour les stations de ski du pays. En effet, la politique d'accessibilité menée par Astún s'appuie principalement sur des relations privilégiées avec les établissements scolaires de la région et de l'ensemble

du territoire espagnol. Chaque année, la station reçoit des milliers d'enfants. De fait, elle figure parmi les stations les plus investies dans l'apprentissage du ski et le renouvellement générationnel.



# CONTACTS

ANGÈLE ROBLOT  
01 45 87 46 74  
AROBLOT@UCPA.ASSO.FR

LAËTITIA VERDIER  
01 45 87 46 51  
LVERDIER@UCPA.ASSO.FR

RETROUVEZ-NOUS SUR  
[WWW.UCPA.ASSO.FR/ACTUALITES](http://WWW.UCPA.ASSO.FR/ACTUALITES)  
[@GROUPE\\_UCPA](https://www.instagram.com/GROUPE_UCPA)