

La différenciation par le territoire auprès des clientèles de proximité en stations : Saint-Pierre-de-Chartreuse et les Sept-Laux : Deux stations périurbaines de l'agglomération grenobloise

Hugues FRANÇOIS*

Résumé : Le modèle économique des stations de sports d'hiver est aujourd'hui ébranlé par deux tendances aux effets croisés : développement des courts-séjours et pression des nouvelles résidentialités. Ces phénomènes émergents sont particulièrement marqués dans le contexte de la périurbanisation. Cet article propose ainsi de considérer les stations situées à proximité

d'agglomération comme des laboratoires présentant les résultats d'une enquête de clientèle « au pied des pistes ».

Mots-clés : stations de sports d'hiver, loisirs, tourisme de proximité, court-séjours, post tourism

Local differentiation of ski resorts by nearby consumers: Saint-Pierre-de-Chartreuse and Sept-Laux: Two periurban ski resorts near Grenoble

* Docteur en Aménagement du Territoire, Cemagref, Grenoble, TerriScope, hfrancois@terriscope.fr

Abstract: Nowadays, the economic model of ski resort is perturbed by new pressure on lodging and development of short stays. Suburban resorts are particularly facing these new challenges. This article considers them as laboratories and aims to present the results of a consumers'

survey.

Keywords: ski resorts, leisure, proximity tourism, short stays, post tourism

Construites durant les années 60-70, les stations de sports d'hiver sont conçues comme des pôles de croissance, locomotives du développement économique et social des territoires d'altitude. Selon une rationalité fordiste et une doctrine stricte d'aménagement des sites, l'équilibre recherché entre la capacité du domaine skiable et de l'accueil des touristes préside à la mise en œuvre d'un modèle de séjour (François et Marcelpoil, 2007). La cohérence du fonctionnement interne de la station et les effets d'entraînement de l'économie locale découlent avant tout des dépenses des touristes pour répondre à leurs besoins (loisirs, hébergement, restauration).

Aujourd'hui, de nouvelles tendances convergentes viennent perturber cette logique : d'une part, on assiste à une évolution des comportements touristiques vers une fragmentation des séjours, pouvant aller jusqu'à l'excursionisme où le loisir se pratique à la journée, et d'autre part, les territoires ruraux connaissent une nouvelle attractivité résidentielle (Davezies et Lejoux, 2003; Talandier, 2007), la résidence principale pouvant supplanter la résidence secondaire et les hébergements touristiques. Ces effets concomitants peuvent d'ailleurs se renforcer mutuellement, notamment comme le propose C. Bryant (2005) et B. Claverie (2005) du fait de la recherche de lieux de résidence offrant services et loisirs.

Néanmoins, les clientèles touristiques de proximité et leurs choix restent mal connus. Si la consommation est celle des « territoires à la carte » (Lazarotti, 2005), comment la différenciation des destinations de loisirs s'opère-t-elle ? Existe-t-il des liens directs entre la fréquentation d'un espace à des fins récréatives et des choix d'installation permanente ? Sommes-nous alors face à la recherche d'un même ailleurs « quotidien » ?

Pour apporter des éléments de réponse à ces questions, nos travaux se sont intéressés à deux stations périurbaines de l'agglomération grenobloise, considérées comme des laboratoires des tendances décrites précédemment et de leurs impacts. Bien que tous deux en moyenne montagne, chacun de ces sites, le premier étant une station-village et le second s'inspirant du modèle de la troisième génération (station

intégrée en site vierge), se caractérise par son rapport à l'urbanisation de loisir selon qu'elle est confondue ou distincte de l'habitat permanent. Cette situation permet également de rechercher l'existence d'un « effet territoire » et d'une altérité influant sur le choix du touriste dans sa pratique de loisirs. Dans ce cadre, une enquête « au pied des pistes » fut conduite durant différentes périodes de la saison 2005/06 (François, 2007)¹ (semaine ordinaire, week-end et vacances) pour tester les spécificités de la fréquentation de proximité.

Afin de restituer ce travail d'enquête, l'auteur propose de présenter tout d'abord les profils de touristes rencontrés dans chacune des stations. Ensuite, l'étude de la consommation touristique nous fournira des clefs de lecture pour mieux comprendre ce qui est recherché à travers la consommation de loisirs dans chacun des deux sites, notamment sous l'angle de l'ancrage territorial du produit générique qu'est le ski.

Contexte de l'étude et choix méthodologiques

Du point de vue de leur accessibilité, les deux stations se situent dans un isochrone de quarante minutes par rapport à l'agglomération grenobloise et sont donc comparable en termes de fréquentation de proximité. Quelques éléments peuvent cependant nuancer cette assertion, notamment les voies de communication pouvant orienter l'origine des clientèles de chacune des stations au-delà de Grenoble, Saint-Pierre-de-Chartreuse étant plus directement accessible depuis Lyon et les Sept-Laoux depuis Chambéry. Ces facteurs ont pour partie orienté le choix de nos terrains (*cf. infra*), mais cet *a priori* a par la suite été contredit par les résultats de l'enquête (aux Sept-Laoux, la clientèle est d'origine plus urbaine, profitant des voies de communication rapides pour rejoindre la station depuis Lyon). La nature des stations a été un choix beaucoup plus structurant de notre approche : si les stations doivent relever des défis similaires, le contexte local leur donne des tonalités radicalement différentes. Ainsi, dans une optique comparative, nous avons fait le choix d'approcher d'une part une station intégrée, dite de troisième génération, les Sept-Laoux et de l'autre une station-village de tradition touristique ancienne. Plus que tout autre critère, la forme prise par l'urbanisation de loisir sur ces terrains a retenu notre attention : pour la première, équipements et hébergements sont clairement regroupés sur un site d'altitude dissocié de l'urbanisation villageoise originelle et pour la seconde, village et aménagements dédiés aux loisirs et au tourisme sont confondus. Chacun de ces terrains peut néanmoins être considéré comme des stations de moyenne altitude, le départ des remontées mécaniques étant implanté en dessous de la cote 1500 m.

¹ La réalisation de cette enquête s'est déroulée dans le cadre d'un contrat de recherche (Marcelpoil, (coord.), 2006) financé par la Direction du tourisme et réalisé au Cemagref de Grenoble.



Carte 1 : Localisation des terrains d'étude

Sur la base de cette orientation méthodologique, certains biais potentiels de l'enquête devaient encore être levés. Tout d'abord, chacune de ces stations dispose de plusieurs « portes d'entrée » et pour chacune d'elle nous n'avons retenu que le principal au regard de l'accès de la station depuis Grenoble. En effet, à Saint-Pierre-de-Chartreuse, l'accès au domaine skiable depuis Saint-Pierre-d'Entremont draine une minorité de l'ensemble de la clientèle et il est quasi-exclusivement orienté vers la clientèle chambérienne. Aux Sept-Laoux, le site du Pleynet, a été écarté d'emblée tant son isolement lui confère une vocation de tourisme de séjour et exclut toute fréquentation de proximité. Au contraire, l'arbitrage entre le stade de neige de Pipay et Prapoutel a penché en faveur de cette dernière plus propice à la mixité des usages et à leur confrontation, question qui nous intéresse plus particulièrement dans le cadre de cette étude. Ensuite, dans chacune des stations s'est posée la question du lieu plus précis de l'enquête. Les différences dans l'urbanisation de loisir, si elles apportent une plus-value réelle à l'analyse, constituent également une contrainte importante : l'enquêteur ne peut se permettre de déambuler de manière identique

dans chacune des stations. Si le touriste peut flâner dans le village chartroussin, il est peu probable que ce type d'activité soit pareillement envisageable aux Sept-Laux. Dans ce contexte, le choix retenu a été d'interroger les clientèles aux guichets de vente des forfaits de remontés mécaniques, le ski demeurant un produit d'appel, tout en interrogeant les skieurs rencontrés sur l'ensemble du groupe accompagnant. Enfin, le lecteur doit garder en tête que la saison 2005/06 durant laquelle l'enquête s'est déroulée doit être considérée comme particulièrement favorable aux stations de moyenne montagne de par son enneigement.

Afin de structurer l'échantillon des personnes enquêtées, différentes périodes types ont été retenues : semaine ordinaire, week-end et semaine vacances. Pour chacune de ces périodes et dans chacune des stations, le recueil des données s'est déroulé dans le cadre suivant : le questionnaire a été distribué durant la tranche horaire 9h-14h durant laquelle la fréquentation est maximale (avant et après, elle est réduite au point d'être marginale) et à concurrence de 50 questionnaires par journée d'enquête. Le week-end a été la période d'enquête privilégiée dans la mesure où elle est la plus propice à la fréquentation de proximité qui nous intéresse ici (fait d'ailleurs confirmé sur le terrain par la forte affluence de skieurs). Les autres périodes de l'enquête sont destinées à mettre les résultats obtenus en perspective². La période des vacances privilégiée fut la semaine excluant l'Académie de Grenoble selon le calendrier par zone des vacances scolaires de février. Au total, la population enquêtée dénombre 386 individus.

² Cette asymétrie des résultats est prise en compte dans l'analyse des résultats : quand ils ne sont pas ventilés par périodes types et qu'ils sont traités globalement, seule la moyenne des observations obtenues durant les week-ends est prise en compte. Pour plus de précision sur le déroulement de l'enquête et les aléas rencontrés, le lecteur est invité à se reporter à la thèse de l'auteur (François, 2007).

Les clientèles de proximité

Un objectif premier de l'enquête était bien de répondre à la question : quelles sont les clientèles de proximité ? Pour apporter des éléments de réponse, l'enquête s'est intéressée non seulement au profil socio-économique des individus enquêtés mais également à leur origine géographique.

Caractérisation socio-économique des clientèles en station

La question de l'âge des personnes fréquentant les stations est particulièrement importante dans le contexte grenoblois eu égard à l'importance de la population étudiante et de son intérêt pour les sports d'hiver et plus particulièrement le ski alpin. De manière générale (figure 1), la structure de notre échantillon se distingue aux Sept-Laux par la forte proportion de « jeunes » entre 21 et 30, élément moins marqué en Chartreuse qui se démarque par ailleurs par une plus forte présence des personnes dont l'âge est supérieur à 46 ans.

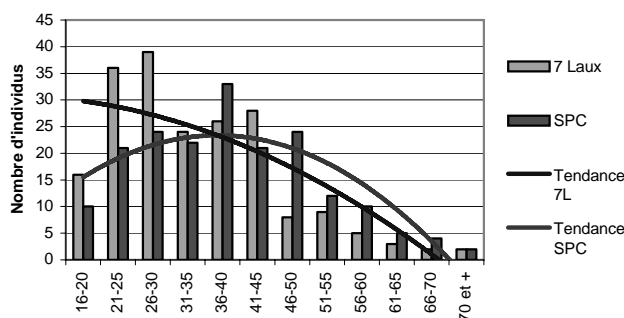


Figure 1 : Âge des clientèles en station – totalité de l'échantillon

A cette nuance près, la structure globale de l'échantillon est cohérente avec les observations traditionnelles de la clientèle des stations de sports d'hiver (ODIT-FRANCE, 2009). Elle se retrouve effectivement en période de vacances scolaires où la tendance dans chacune des stations prend la forme d'une courbe « en cloche ». La forte présence des plus jeunes doit être analysée au regard de l'âge des clientèles en week-end et en semaine (figure 2). En effet, aux Sept-Laux la forte proportion des plus jeunes est très nettement marquée, notamment en période de semaine et ce type de clientèle est également fortement représenté à Saint-Pierre-de-Chartreuse, même si l'ensemble de la population paraît plus homogène (aux Sept-Laux, la classe d'âge [46-55] est même complètement absente de notre échantillon). Dans nos deux

cas d'étude périurbains, la clientèle apparaît comme atypique en comparaison de l'observation touristique s'intéressant avant tout aux seules vacances. L'observation des statuts socioprofessionnels nous montre que cette présence des plus jeunes pratiquants du ski repose essentiellement sur la plus ou moins forte proportion d'étudiants : dans les deux stations les actifs occupés sont majoritaires avec près de 70 % de la population (67 % aux Sept-Laux et 71 % à Saint-Pierre-de-Chartreuse), mais, en marge, les étudiants occupent une place qui peut varier du simple au double avec 10 % de l'échantillon en Chartreuse et 22 % aux Sept-Laux.

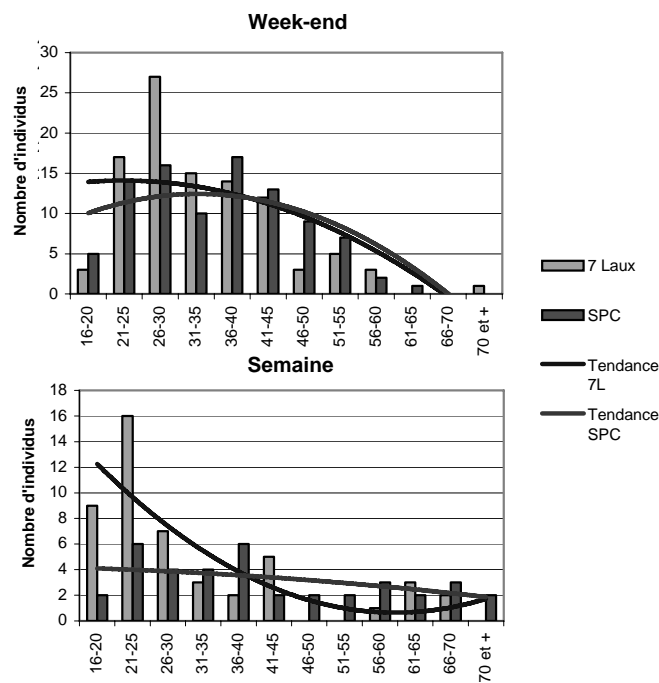


Figure 2 : Âge des clientèles en station – périodes week-end et semaine

En cohérence avec cette première différenciation des clientèles, les figures 3 et 4 ci-dessous confirment l'idée largement répandue selon laquelle la station chartroussine est une station « familiale ». Avec des proportions des modalités « divorcés » et « veuf / veuve » similaires d'une station à l'autre, nos deux cas d'étude se distinguent par la répartition des modalités « célibataire » et « vie maritale ». Si dans tous les cas la première de ces catégories est minoritaire, elle représente 40 % de la clientèle fréquentant la station de troisième génération alors qu'elle ne représente que le quart de celle rencontrée à Saint-Pierre-de-Chartreuse

où les individus vivant en couple comptent eux pour près de 70 % de l'échantillon. La présence d'enfants dans la famille vient confirmer cette différence entre les stations. En effet, avec une différence de 15 % entre les personnes ayant des enfants et ceux n'en ayant pas, les familles apparaissent majoritaires en Chartreuse et minoritaires aux Sept-Laux (61 % dans le premier cas, contre 44 % dans le second). La dimension familiale est d'ailleurs confirmée par l'observation des groupes et de leur nature.

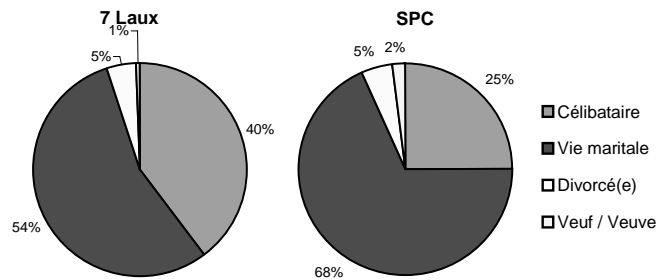


Figure 3 : Statut marital des personnes enquêtées

La majorité des personnes rencontrées à Saint-Pierre-de-Chartreuse déclare être venue en famille alors qu'elles ne sont que 45 % aux Sept-Laux. L'inversion du rapport de force famille / amis dans la composition des groupes est d'ailleurs marquante : dans le premier cas il est de 63 / 42 et dans le second de 43 / 63.

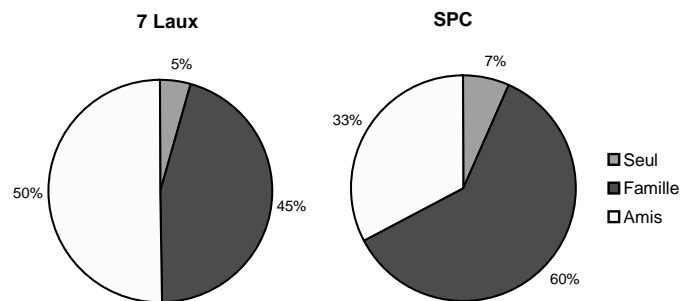


Figure 4 : Types de groupes accompagnants

De manière contre-intuitive, relativement au résultat précédent, la taille des groupes dans chacune des stations diffère peu avec un nombre moyen de 4,65

personnes aux Sept-Laux et de 4,2 en Chartreuse. Les différences se jouent alors à la marge : à Saint-Pierre-de-Chartreuse, un plus grand nombre de couples non-accompagnés alors qu'aux Sept-Laux on remarque surtout un plus grand nombre de groupes se composant de plus de six personnes. En réalité, la taille des groupes semble également déterminée par un autre élément, le moyen de transport utilisé, c'est-à-dire la voiture. On peut ainsi souligner les proportions similaires (22 et 23 %) d'individus qui déclarent venir au sein d'un groupe de quatre personnes.

Sans présenter de visages radicalement différents du point de vue des clientèles, certaines nuances permettent tout de même de caractériser le public de chacune des stations observées :

- à Saint-Pierre-de-Chartreuse, si la proximité attire une proportion supérieure de jeunes, au regard des statistiques traditionnelles sur les stations de montagne, la fréquentation demeure essentiellement familiale ;
- aux Sept-Laux, le public est résolument jeune en dehors des vacances et ce sont surtout les étudiants ou les jeunes actifs qui soutiennent la demande de proximité.

Les questions qui restent en suspens sont donc les suivantes : ces différentes clientèles disposent-elles des mêmes moyens de déplacement et l'aire de chalandise des stations est-elle comparable ? Les formes de consommation sont-elles caractéristiques d'un public ou d'un autre ? Dans un premier temps, nous proposons de nous intéresser à l'origine des clientèles.

Origine des clientèles

Notre approche du lieu de résidence des skieurs s'est déroulée en deux temps : l'analyse des départements d'origine nous a tout d'abord permis d'avoir une vision à l'échelle nationale, ensuite, nous proposons de nous focaliser sur la région Rhône-Alpes en étudiant les communes de résidences des individus enquêtés.

La donnée départementale a fait l'objet d'une Analyse des Correspondances Multiples, ACM⁴ cohérente avec la cartographie des figures 5 et 6. Les résultats qui

⁴ Pour les besoins de l'analyse, la variable département d'origine a été recodée afin de synthétiser l'information en Isère, Rhône, Autres départements de Rhône-Alpes, Île de France et Autres départements français. Le but de l'exercice consiste alors à identifier les variables "liées" afin d'en interpréter les corrélations. Pour y parvenir, nous allons projeter les individus d'un tableau à une dimension dans un tableau à deux dimensions qui maximisent la variance des différentes variables. Enfin, nous serons en mesure de comparer la position relative des modalités dans le plan de la projection afin d'en interpréter les correspondances. L'ensemble des résultats issus de cette méthodologie peut être retrouvé dans la thèse de l'auteur (François, 2007).

en sont issus montrent une attractivité plus grande des Sept-Laux qui attirent également les personnes de passage dans les agglomérations proches. Non seulement, la période des vacances est marquée par la présence de touristes originaires d'Île-de-France, origine relativement lointaine, mais surtout, et de manière plus surprenante, durant les week-ends ce sont les « autres départements français » qui ressortent de l'analyse. Les départements rhônalpins y sont également représentés mais leur présence sur l'ensemble des périodes empêche de distinguer une période qu'ils privilégient à une autre. A Saint-Pierre-de-Chartreuse, au contraire, la situation observée est plus conforme à nos présupposés. En vacances, ce sont les « autres départements français » et l'Île-de-France qui se distinguent et en week-end, ce sont les clientèles les plus proches qui sont présentes, soit celles du Rhône et des « autres départements de Rhône-Alpes ». La lecture de ces résultats doit être comprise comme une double corrélation du moment de l'observation et du lieu d'origine. Ainsi, la surreprésentation des isérois à différentes périodes d'enquête limite la lisibilité de leurs choix à travers l'ACM et appelle un zoom sur la Région Rhône-Alpes ainsi qu'une analyse qualitative.

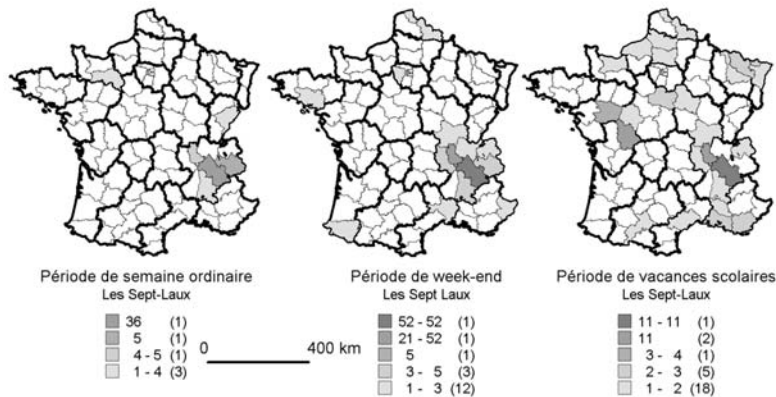


Figure 5 : Départements d'origine des clientèles fréquentant les Sept-Laux

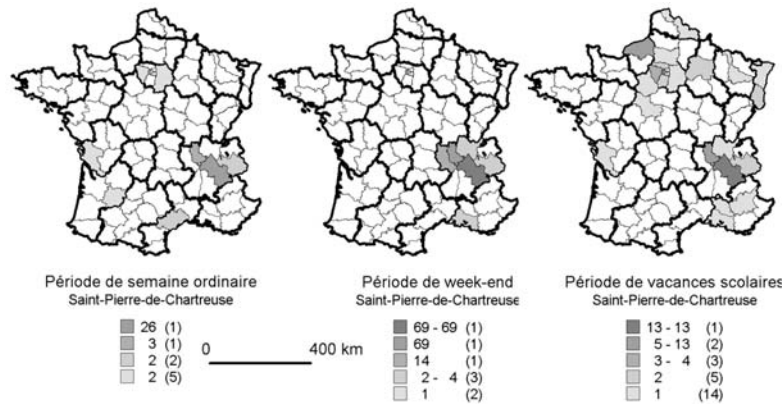


Figure 6 : *Départements d'origine des clientèles fréquentant Saint-Pierre-de-Chartreuse*

Avant d'approfondir l'analyse des clientèles de la région, les cartes ci-dessus apportent un résultat complémentaire quant à l'attractivité plus large des Sept-Laux. En effet, si 48 départements sont émetteurs de skieurs rencontrés dans les deux stations, 18 sont communs aux deux stations, 20 sont propres aux Sept-Laux et seulement 10 à Saint-Pierre-de-Chartreuse. En cohérence avec l'ACM, cette différence apparaît clairement en période de week-end : les départements hors Rhône-Alpes représentés sont quasiment tous rencontrés aux Sept-Laux et en Chartreuse, seuls l'Île-de-France et les Bouches-du-Rhône sont présents. Ce phénomène peut être rattaché à la réputation de la station de troisième génération qui attire les personnes de passage pour lesquelles le ski n'est pas le motif principal du séjour à proximité des stations. C'est alors l'attractivité des agglomérations proches qui rejaillit sur le tourisme.

Parmi l'ensemble des communes représentées sur la carte ci-dessous, figure 7, et pourvoyeuses de clientèle pour chacune des stations, les deux préfectures (également les centres urbains de plus grande dimension) des départements les plus fréquemment cités constituent les principaux lieux de provenance des skieurs. Ces clientèles d'origine urbaine apparaissent comme plus disposées à se rendre aux Sept-Laux qu'à Saint-Pierre-de-Chartreuse. Ce constat peut également être reporté pour des agglomérations plus lointaines telles que Saint-Etienne ou Chambéry. Dans ce dernier cas, si la distance physique n'est pas proportionnelle, elle est compensée par la structure de l'offre en ski alpin puisque le département savoyard est doté de nombreuses stations. En revanche, bien que la commune soit considérée comme « ville porte » du PNR de Chartreuse, la prédominance des Sept-Laux dans nos observations peut s'expliquer par la qualité des voies de communication.

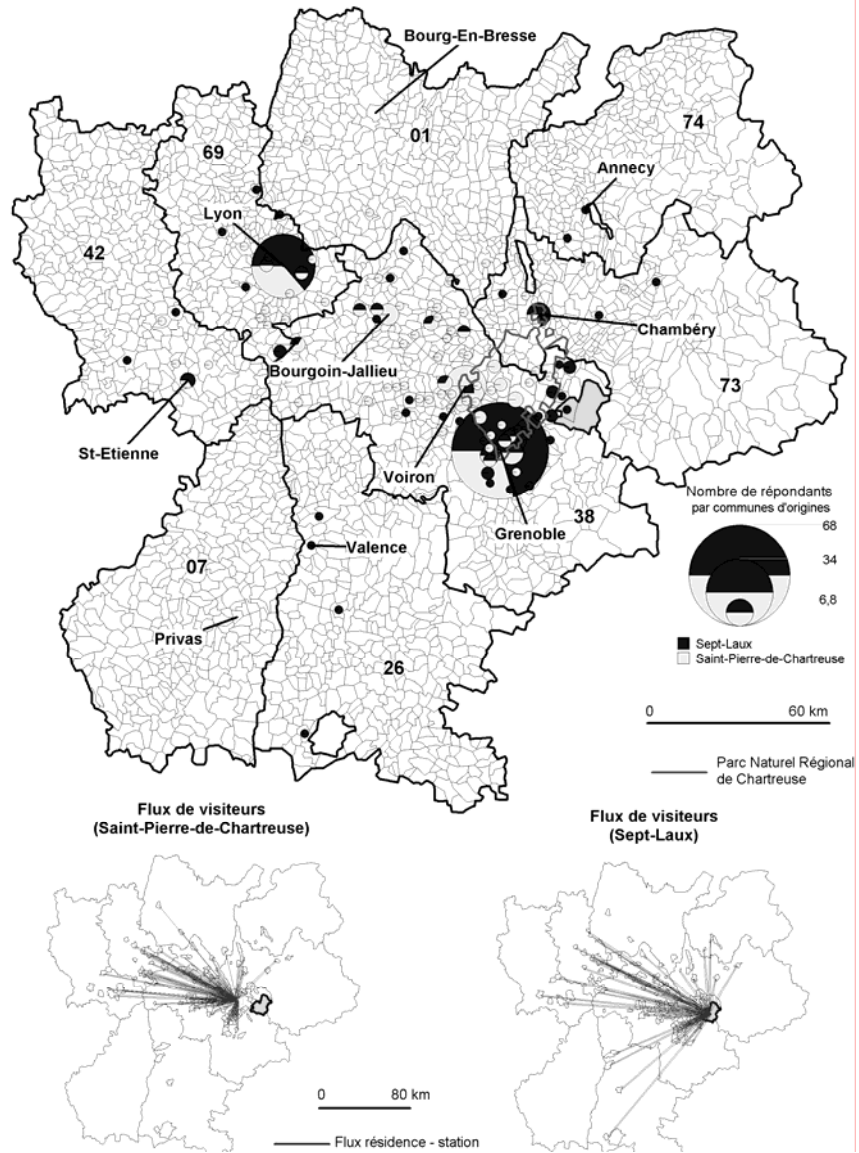


Figure 7 : Communes de Rhône-Alpes émettrices de clientèles pour les stations de Saint-Pierre-de-Chartreuse et des Sept-Laux

Outre ces principales agglomérations, nous pouvons souligner que la zone de chalandise de Saint-Pierre-de-Chartreuse se compose des centres secondaires, Voiron et Bourgoin-Jallieu dont les populations ont exclusivement été rencontrées dans la station chartroussine. D'un point de vue global, il en va de même en ce qui concerne les individus disséminés dans diverses communes sur le territoire régional. On constate ainsi qu'un plus grand nombre de petites municipalités fournit des skieurs à Saint-Pierre-de-Chartreuse plutôt qu'aux Sept-Laux. Cependant, malgré une apparente diversité de la clientèle, les cartes de flux résidence – station laissent entrevoir une certaine dépendance à un type particulier d'individu. La représentation « en oursin » constitue une illustration particulièrement pertinente de l'attractivité des stations. La forme qu'il prend en Chartreuse apparaît alors comme particulièrement concentrée vers l'ouest et les clientèles réparties sur l'axe de circulation Grenoble – Lyon. Nous pouvons d'ailleurs souligner que le département drômois, au sud, alimente uniquement les Sept-Laux.

La caractérisation des clientèles de chacune des stations apporte une vision complémentaire à leur profil socio-économique. L'attractivité des Sept-Laux apparaît comme supérieure à celle de la station chartroussine, mais émane essentiellement des centres urbains. A Saint-Pierre-de-Chartreuse, au contraire, les centres d'émission sont de moindre importance et la venue des clientèles semble plus tributaire d'une zone de chalandise plus étroite et plus déterminée par la géographie et la proximité. Mais ces profils différents de clientèles se traduisent-ils par des formes différentes de consommation et, si oui, quelles sont-elles ?

Consommations de proximité : quelle place pour le territoire ?

De l'aveu des gestionnaires des domaines skiables, leur chiffre d'affaires dépend étroitement de la fréquentation de proximité, le chiffre avancé aux Sept-Laux étant de 75 % et de 85 % à Saint-Pierre-de-Chartreuse. Sans permettre de raisonner en valeur absolue, l'enquête confirme néanmoins l'importance relative de cette forme de fréquentation eu égard à la durée des séjours touristiques observée (figure 8).

Dans les stations étudiées, les « vacances au ski » traditionnelles, soit le séjour à la semaine, n'est plus la situation la plus fréquente quel que soit le type de station observé. Près des trois quarts de l'échantillon (74 %) s'inscrivent dans une logique de courts-séjours et les deux tiers dans celle de l'excursionisme, soulignant ainsi le fort impact de la fréquentation de proximité. Ce constat est d'autant plus marquant que la catégorie des séjours de 1 à 3 jours reste relativement stable et peu développée quelle que soit la période d'observation. Nous pouvons ainsi constater un renversement de situation radical : soit le séjour prime, soit nous sommes dans le cadre d'une fréquentation à la journée, modalité également présente durant les périodes de vacances. Ce constat souligne fortement l'influence jouée par les

clientèles de proximité. La question qui se pose alors est celle des modes de consommation de ces clientèles, interrogation qui peut être déclinée en trois temps : les loisirs en dehors du ski, les services complémentaires (restauration et, dans une moindre mesure, hébergement) ainsi que la fréquentation inter-stations ou inter-saisons.

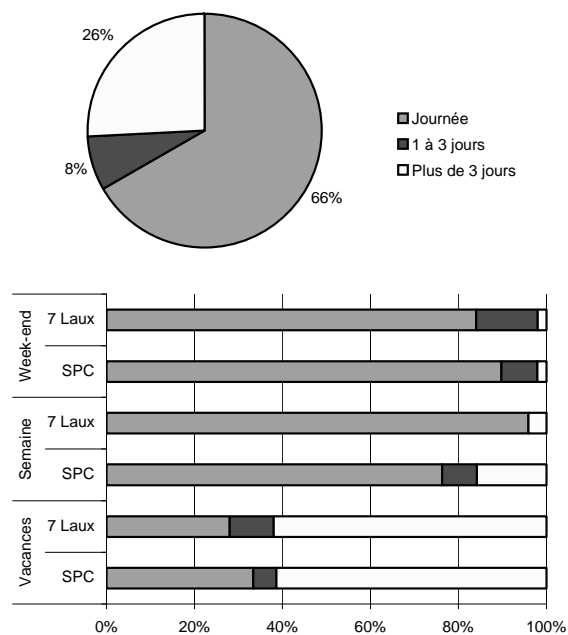


Figure 8 : Durée des séjours

Quelle place pour d'autres activités que le « tout ski » ?

En préalable aux interrogations relatives aux pratiques hors-ski, il convient tout d'abord de savoir dans quelle mesure les conditions de la pratique constituent un critère de choix d'une station⁵. Avant de présenter les résultats de la figure 9, ci-

⁵ Une précision méthodologique s'impose : les ratios présentés ici sont issus de questions auxquelles les répondants pouvaient choisir plusieurs modalités simultanément. Par exemple, la modalité « proximité » n'apparaît que comme 32 % des réponses, mais elle a été citée par plus de 80 % des personnes aux Sept-Laux et plus de 86 % en Chartreuse.

dessous, quelques précautions interprétatives doivent être soulignées. En effet, cette question du choix en appelle à la subjectivité du skieur qui interprète lui-même le contenu des réponses en fonction du lieu où il se trouve : par exemple, si la modalité « cadre paysager et bâti » était perçue conformément aux attentes de l'enquêteur à Saint-Pierre-de-Chartreuse, elle était plutôt perçue comme une appréciation générale de l'environnement montagnard, faisant fi des équipements inhérents à la station, aux Sept-Laux. En tant que telle, cette différence de point de vue nous semble significative des nuances dans la sensibilité des skieurs vis-à-vis de la station qu'ils fréquentent.

Outre la question de la proximité généralement mise en avant, les stations se distinguent clairement au regard de l'importance du domaine skiable aux yeux de leurs clients. En effet, si ce critère de choix arrive en deuxième place aux Sept-Laux, il n'est que cinquième à Saint-Pierre-de-Chartreuse. Dans la station chartroussine, les éléments « d'ambiance » passent devant les conditions de pratique du ski. Plus particulièrement, nous pouvons souligner l'inversion du rapport de force entre domaine skiable et qualité du cadre paysager et bâti. La question du prix doit quant à elle faire l'objet d'un traitement particulier : si l'offre chartroussine a la réputation d'être peu onéreuse (en cohérence avec sa réputation « familiale »), l'évolution des tarifs a été critiquée spontanément par nombre d'enquêtés alors qu'aux Sept-Laux où le niveau de prix est effectivement plus élevé, la politique tarifaire semble plus appréciée. Néanmoins, la distinction entre ces deux modalités par les répondants n'était pas toujours évidente et les résultats en la matière sont difficilement interprétables.

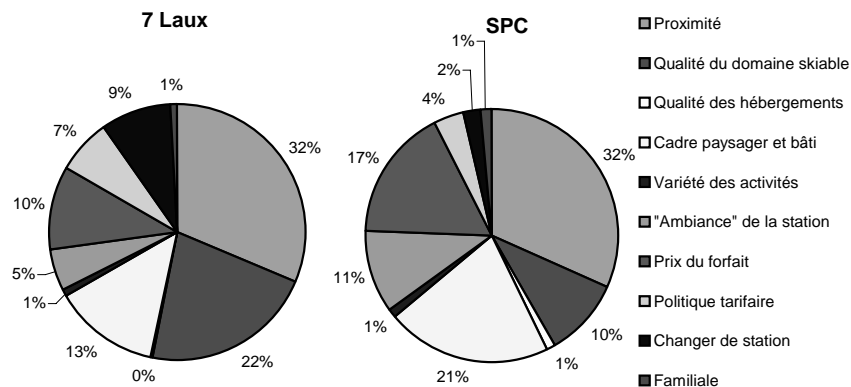


Figure 9 : Critères de choix des stations de sports d'hiver étudiées

L'intérêt que nous portons aux activités autres que le ski implique deux niveaux de lecture. Tout d'abord, notre intérêt portera sur le moment de l'enquête et la variété des activités au sein du groupe auquel le skieur interrogé appartient (figure 10) et, ensuite, à la variété des activités hivernales pratiquées par une même personne, la question de la fréquentation estivale étant abordée ultérieurement.

Dans un même groupe, l'activité principale demeure le ski alpin, quasi unanimement pratiqué par toutes les personnes qui se rendent en station. Néanmoins, la distinction des périodes de vacances nous montre clairement que cette « mono-pratique » constitue un trait encore plus marqué dans le contexte de la fréquentation de proximité. Le ski demeure le produit phare d'une station de montagne en hiver et, s'il ne constitue pas la seule pratique dans le contexte des loisirs de proximité, l'homogénéité des groupes interrogés (au pied des pistes, donc comprenant au moins un skieur) laisse entrevoir une pratique particulièrement intensive. Notons à cet égard une légère nuance que présente la station chartroussine, soit la plus grande proportion de flâneurs. Si le ski est pratiqué par tous quand il est le motif de la venue en station, l'enquête s'est également intéressée aux différentes activités de loisirs de l'enquêté, à d'autres occasions mais dans le même lieu.

L'omniprésence des skieurs dans notre échantillon, liée aux contraintes de l'enquête au pied des pistes limite la visibilité de la variété des pratiques de loisir qui existent dans la station. La lecture des résultats de l'enquête doit tenir compte de cette population particulière associée à une intensité de la pratique dans le contexte de la périurbanisation. Comme nous le montre la figure 11, c'est effectivement à la marge que les différences apparaissent et dans chacune des stations, la majorité des skieurs interrogés se déclare mono-actifs. Cependant, leur proportion varie : à Saint-Pierre-de-Chartreuse, ils sont un peu plus de la moitié et aux Sept-Laux, ils dépassent les trois quarts de l'échantillon. La situation chartroussine laisse logiquement plus de place pour d'autres loisirs. Nous soulignerons tout particulièrement le succès des activités dites douces, raquettes et ski de fond, dont le développement est soutenu par le PNR de Chartreuse. En contrepoint, le peu de marges de manœuvre des Sept-Laux se concentre sur la modalité « autres loisirs de neige » qui recouvre en réalité la diversité des activités proposées sur le domaine skiable en complément de la seule descente. Finalement, ce sont bien deux « styles » de pratiques qui se confrontent : l'une plutôt orientée par la découverte du territoire et de son patrimoine à travers une activité physique, l'autre plutôt tournée vers la multiplication des équipements et des aménagements. Le peu de succès rencontré par la réponse « autres loisirs en station » dans les deux cas d'étude montre clairement l'importance de la neige : quels que soient les facteurs territoriaux qui influent sur le choix du consommateur, c'est bien l'accès aux loisirs « neige » qui prime.

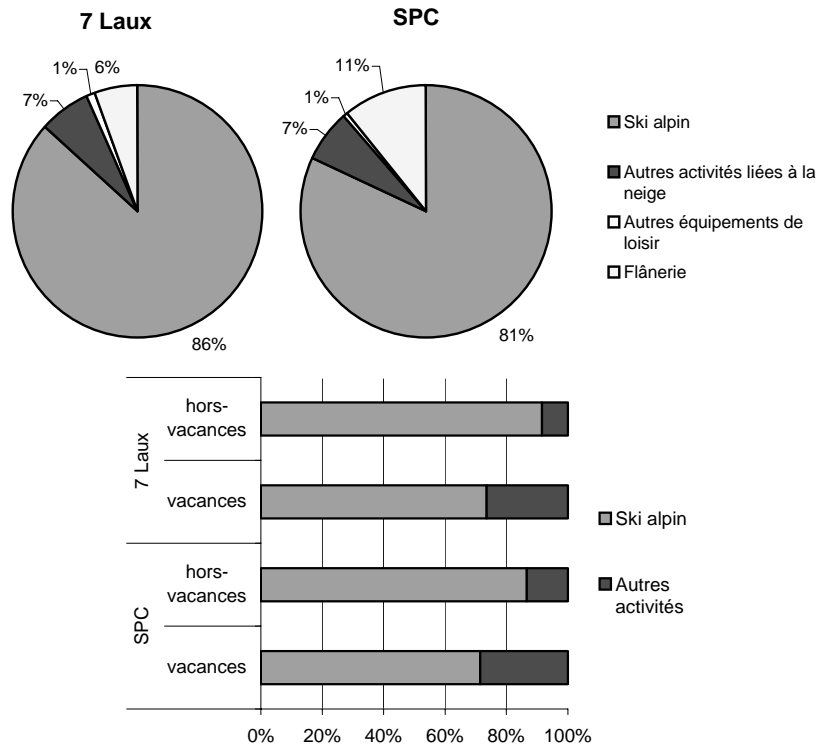


Figure 10 : Activités pratiques par les membres du groupe qui accompagne la personne enquêtée

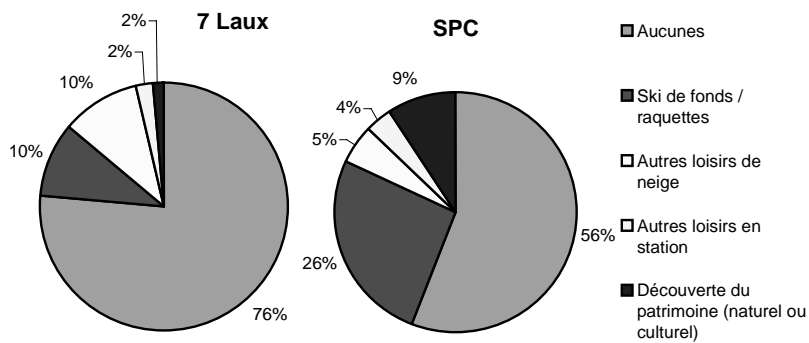


Figure 11 : Autres activités hivernales pratiquées par la personne interrogée

Quel cadre pour la restauration et l'hébergement ?

Outre les activités de loisir, notre enquête s'est également intéressée aux prestations complémentaires : restauration et, pour les non excursionnistes, hébergement. L'étude de ces variables a comme objectif d'évaluer l'impact local de l'activité ski : deux types de stations et de pratiques entraînent-ils l'économie des territoires supports de manière similaire ? Si l'attractivité des prestations de loisir, notamment le ski, est renforcée par son ancrage territorial, existe-t-il une relation de réciprocité et les retombées économiques se trouvent-elles également renforcées ?

Du point de vue de la restauration, la figure 12, ci-dessous, montre indiscutablement une préférence des consommateurs pour le casse-croûte, c'est-à-dire le pique-nique. Les différences entre Saint-Pierre-de-Chartreuse et les Sept-Laux apparaissent comme minimales, mais dans la station chartroussine, les personnes choisissant de manger au restaurant représentent près d'un quart de la population étudiée. Dans le cadre d'une fréquentation de proximité « exacerbée », c'est-à-dire durant la période de semaine ordinaire, cette différence entre les stations est encore plus marquée : aux Sept-Laux la domination du sandwich est écrasante avec 80 % de l'échantillon choisissant ce mode de restauration quand seulement 8 % privilégie le restaurant alors qu'en Chartreuse, avec 55 % des réponses la modalité casse-croûte est à son plus faible effectif, alors que la part de ceux qui choisissent le restaurant demeure stable. Ainsi, la consommation complémentaire, dans le cadre de la proximité, se traduit plutôt par une fragmentation des séjours et aux Sept-Laux par une recherche de maximisation du temps consacré à la pratique du ski.

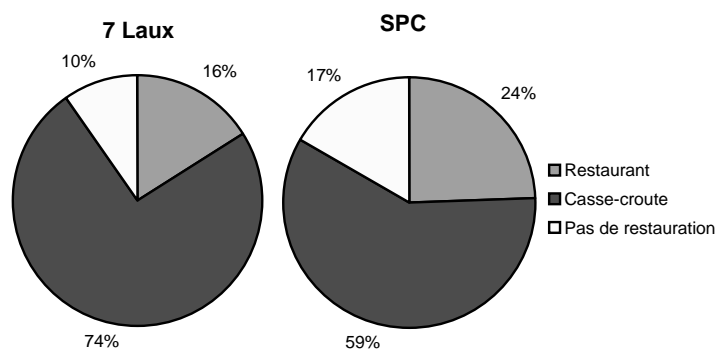


Figure 12 : *Type de restauration choisie*

Dans nos deux cas d'étude, une différence émerge au niveau de la nature du casse-croûte. Cette approche qualitative avait également été retenue pour le choix du type de restauration, mais le peu de réponses limitait la significativité de celles recueillies. En outre, il faut reconnaître le peu de différences au niveau de l'offre de l'une ou l'autre des stations. Cette réalité en revanche n'est pas la même concernant

l'offre de produits du terroir commercialisés sur l'étal des détaillants. Comme le montre la figure 13, ci-dessous, encore une fois la différence entre les stations se situe au niveau de la part résiduelle, la majorité des clientèles ayant prévu leur pique-nique avant même de se rendre en station. Ainsi, à Saint-Pierre-de-Chartreuse, la part des personnes qui effectue des dépenses liées à leur repas, soit les modalités « mixte » et « achat sur place » représente 42 % des individus interrogés contre 22 % aux Sept-Laux. En période de vacances, si on constate un léger regain des dépenses de restauration dans la station intégrée, ce type de comportement reste très minoritaire.

Afin d'élargir notre point de vue, l'enquête s'est également interrogée quant aux « autres achats en station ». L'étude de cette variable se révèle peu explicite : en cohérence avec les activités pratiquées, la location de matériel de ski est majoritaire, mais, faute de choix multiples soumis à l'enquêté, les réponses sont généralement vagues. Nous pouvons lire ce résultat comme une prédominance de l'activité ski, motif de la venue, les achats connexes n'étant pas décidés *a priori*⁶.

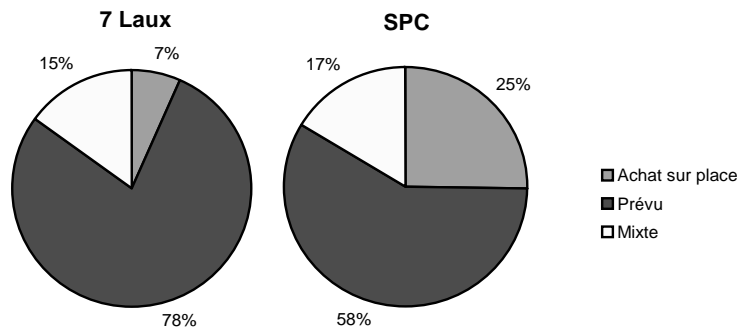


Figure 13 : Confection du casse-croûte

La question de l'hébergement tient une place marginale dans son approche mais qui mérite qu'on s'y attarde tant elle est lourde de sens. En effet, le choix d'un type de logement par les personnes en séjour, court ou long, est majoritairement guidé par la présence d'amis ou de membres de la famille proches de la station d'enquête, le plus souvent dans l'agglomération : 57 % aux Sept-Laux et 42 % à Saint-Pierre-de-Chartreuse. La différence entre les deux stations se jouant essentiellement dans la

⁶ La suggestion « bar / café » par l'enquêteur rencontrait ici un véritable succès mais on ne peut en tenir compte sans introduire un biais d'autant plus important que cette proposition n'a pas été faite et relevée systématiquement, et surtout, tant il s'agissait d'une porte de sortie aisée pour la personne à la recherche de la « bonne réponse », la participation à la vie des territoires supports de station étant vécu comme un élément de valorisation sociale dépassant une vision purement hédoniste des loisirs.

proportion des hébergements marchands (43 % aux Sept-Laux contre 58 % en chartreuse), elle laisse penser que les Sept-Laux attirent plus facilement une clientèle éphémère pour laquelle le ski n'est qu'un loisir dans le cadre d'un séjour ayant un autre motif alors qu'en Chartreuse le séjour sur le lieu de pratique de l'activité compte plus. Cette assertion trouve d'ailleurs un nouvel écho dans l'étude des critères de choix du lieu d'hébergement.

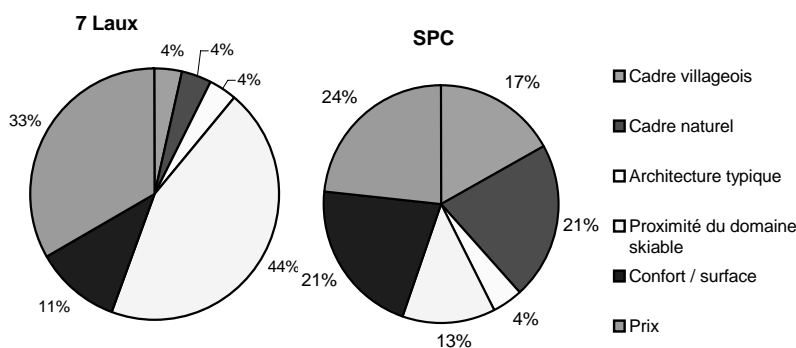


Figure 14 : Critères de choix des hébergements

La variable choix de l'hébergement représentée par les figures 15 et 16 ne concerne que l'étude des logements marchands ou en résidence secondaire. Il ressort clairement l'importance du prix dans le choix du consommateur. Néanmoins, nous pouvons également constater que dans le cas chartroussin, le poids de cette modalité doit être relativisé par des dimensions d'ordre plus territorial : le cadre villageois ou naturel et l'importance du confort du logement (comparativement aux studios classiques, pour ne pas dire génériques, commercialisés aux Sept-Laux). Le consentement à payer du consommateur paraît donc plus élevé en Chartreuse et nous rejoignons ici les théories de la rente de qualité territoriale et du panier de biens territorialisé (Lacroix et al., 2000; Moalla, 2005; Hirczak et al., 2008). Ce rôle de l'environnement local, au sens large du terme, se retrouve également dans la situation géographique de l'hébergement.

Tout comme le soulignait la figure précédente, la proximité du domaine skiable était un critère de choix majeur pour les clients des Sept-Laux ce qui a pour conséquence de concentrer plus de la moitié de notre échantillon dans les logements de la station. Nous pouvons également noter que les séjours dans les communes supports de la station sont les moins nombreux, signe de la faible propagation du développement touristique les villages, elle-même fruit de la distinction fonctionnelle de l'espace par rapport au type de résidence (*i.e.*, permanente associée la vie quotidienne ou temporaire utilisé à des fins de loisirs). A Saint-Pierre-de-Chartreuse, la situation est toute autre. Si les critères de choix sont peu comparables

étant donné les différences d'organisation des deux stations, la position occupée par le bourg, constituant le plus proche équivalent de la station par la proximité du départ des remontées mécaniques, se trouve tout de même relativisée avec moins d'un tiers de notre échantillon. Les clients en séjour privilégient plutôt le territoire environnant, hameaux de la commune ou communes du Parc. Les activités proposées en station apparaissent ici comme un élément de l'offre parmi d'autres au sein du massif de la Chartreuse. Entre PNR et station, il est difficile de savoir quel est le facteur d'activité premier, mais leur consommation concomitante témoigne de la perméabilité des frontières de la station de ski avec l'offre territoriale.

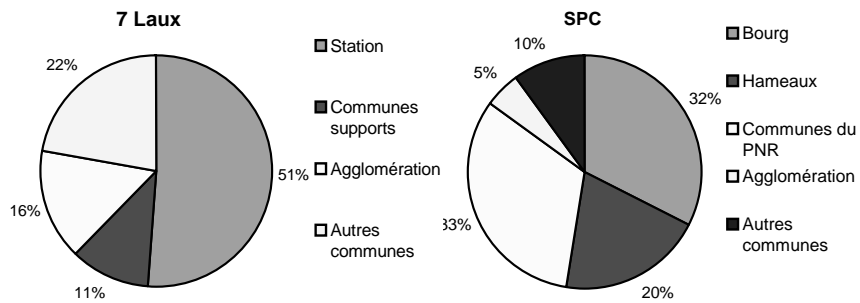


Figure 15 : Localisation de l'hébergement

Autres périodes, autres lieux : quelle fidélité des touristes ?

En complément de la consommation hivernale en station, notre étude s'est également intéressée au comportement du consommateur durant une autre période, l'été, et par rapport à d'autres lieux, soit l'ensemble des stations du pourtour grenoblois. Cette double lecture de la « fidélité » du client structurera cette dernière partie des résultats de l'enquête.

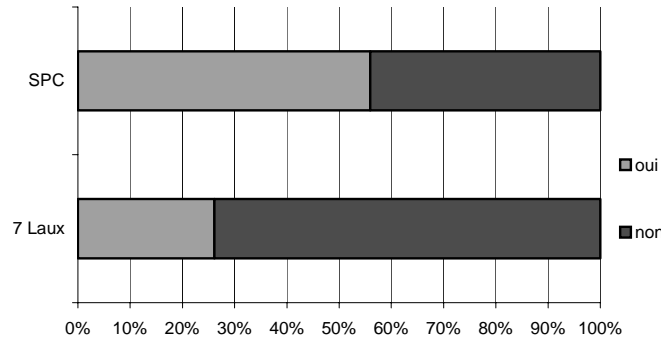


Figure 16 : Personnes fréquentant la station d'enquête pendant la période estivale

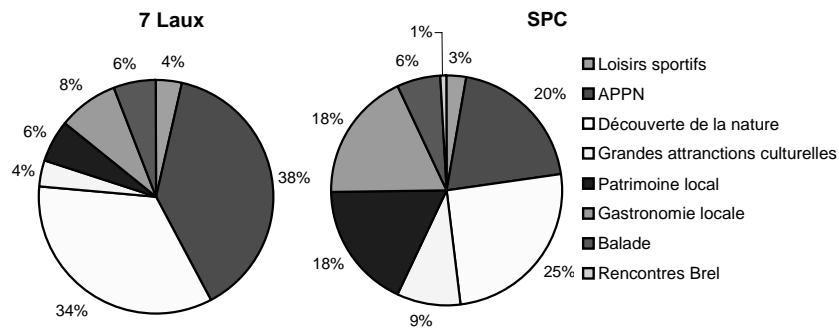


Figure 17 : Activités pratiquées pendant la période estivale

La fréquentation estivale présentée par la figure 17 montre une différence particulièrement parlante entre nos deux cas d'étude. D'une part, il y a la station de troisième génération conçue uniquement pour la pratique du ski et qui n'attire que marginalement pendant l'été. D'autre part, plus de la moitié des personnes enquêtées déclarent revenir à Saint-Pierre-de-Chartreuse à l'aune des vacances estivales soutenant ainsi le discours des professionnels locaux revendiquant « une station vivante toute l'année ».

Les activités pratiquées (figure 17, ci-dessus) dans les deux stations sont également de natures différentes. La forte représentation des APPN (activités physiques de pleine nature) et des activités de découverte de la nature aux Sept-Laux doit être soulignée. Ces déclarations font écho à l'interprétation de la modalité « cadre paysager et bâti » présentée précédemment : l'important dans la station de troisième génération, ce n'est pas tant sa dimension proprement territoriale mais les

milieux naturels, voire « sauvages » auxquels elle donne accès. A Saint-Pierre-de-Chartreuse, au contraire, c'est quasiment l'ensemble du panel d'activités qui est représenté⁷. Nous soulignerons notamment la forte représentation des modalités « patrimoine local » et « gastronomie locale », deux marqueurs forts de l'ancrage territorial du tourisme.

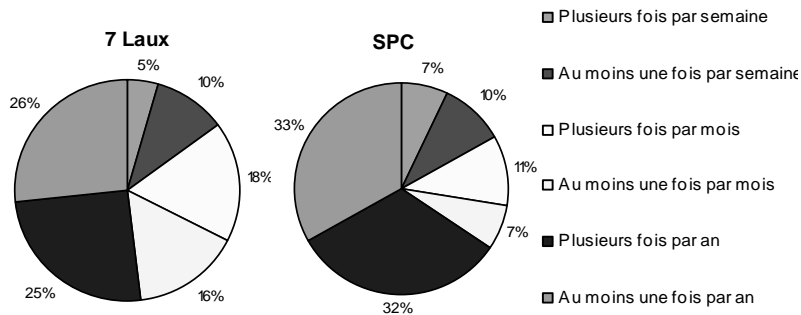


Figure 18 : Fréquence de la fréquentation de la station d'enquête

Peu nombreux sont les skieurs enquêtés qui découvrent la station pour la première fois : respectivement 23,1 % et 25,5 % de la population étudiée aux Sept-Laux et à Saint-Pierre-de-Chartreuse. La fréquence de cette fréquentation varie cependant fortement d'une station à l'autre. Aux Sept-Laux, les skieurs semblent pratiquer avec une plus grande intensité que dans la station chartroussine. Le moindre score des modalités évaluant la fréquence des visites en station à l'année se retrouve dans une proportion relativement plus élevée d'individus qui évaluent leur fréquentation selon une échelle mensuelle. Cette différence de comportement pourrait également être attribuée à une plus grande fidélité à la station des Sept-Laux plutôt qu'à une intensité de la pratique. Cependant, une ACM réalisée sur la fréquentation des autres stations du pourtour grenoblois (voir également figure 19, ci-dessus) et l'analyse de sa co-structure avec l'ACM réalisée précédemment, nous montre qu'en dehors de la période de vacances, il existe pour les deux stations deux types de clientèles, les « fidèles » et les « zappeurs » sans que l'importance de ces groupes ne permette de caractériser l'un ou l'autre des sites d'étude.

⁷ La modalité « Rencontres Brel » est une réponse spontanée des personnes rencontrées à Saint-Pierre-de-Chartreuse lieu de cette manifestation culturelle qui ne concerne donc pas les Sept-Laux.

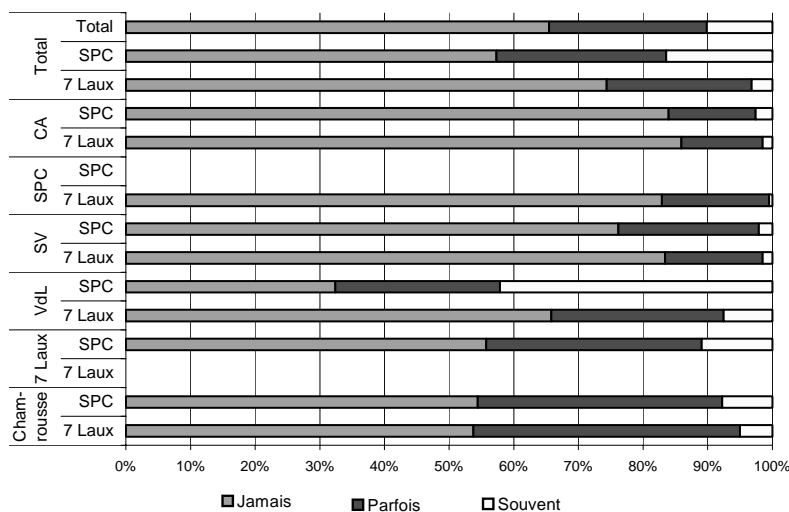


Figure 19 : Fréquentation des autres stations du pourtour grenoblois⁸

Si pour l'ensemble des stations, les clientèles de Saint-Pierre-de-Chartreuse apparaissent plus enclines à changer souvent de station, plus de la moitié de l'échantillon déclare tout de même ne fréquenter aucune autre station périurbaine. Encore une fois c'est à la marge que peuvent se lire les résultats significatifs, notamment dans l'explication de la différence d'attitudes des clientèles en fonction du lieu d'enquête. En effet, la moindre fidélité à la station chartroussine est directement influencée par le résultat atypique concernant la fréquentation de Villard-de-Lans. Ce résultat est d'autant plus intéressant que le domaine skiable de cette station est plutôt comparable à celui des Sept-Laux, mais qu'elle se distingue par la proximité du village et se présente elle aussi comme une station-village. Cet attrait pour l'ancrage territorial se manifeste d'ailleurs en négatif par la non-fréquentation des Sept-Laux par les personnes interrogées en Chartreuse.

Conclusion

Le contexte de la proximité représente un véritable enjeu de développement pour les territoires support d'une station de sports d'hiver. Il constitue à la fois une réelle opportunité à travers la manne de clientèle concentrée dans les zones urbaines et une

⁸ Signification des abréviations : CA – Coller d'Allevard, SV – stations du Vercors (Lans-en-Vercors, Autrans, Méaudre) et VdL – Villard-de-Lans. La catégorie « total » doit être lue comme additionnant les résultats pour l'ensemble des stations.

situation de concurrence immédiate. Aux Sept-Laux comme en Chartreuse, cette réalité est prégnante de l'activité des remontées mécaniques, en témoignent les parts de chiffre d'affaires avancées par les exploitants. Pour autant, le visage présenté par ces stations n'est pas identique :

- pour la première, il s'agit d'une clientèle jeune, le plus souvent d'origine urbaine dont la pratique se concentre sur le ski et ses différentes déclinaisons,
- en ce qui concerne la seconde, le public apparaît comme plus familial privilégiant un plus grand panel d'activités, plus attentif aux éléments de contexte et d'ancrage territorial de l'offre ski.

Pendant, les différences soulignées par l'enquête sont plutôt des nuances autour d'un thème commun, celui des loisirs récréatifs. A ce titre, la variété des activités proposées à Saint-Pierre-de-Chartreuse semble reconnue par les touristes ou excursionnistes. Le ski joue ici un rôle de produit d'appel et la station celui d'une vitrine pour l'ensemble de l'offre territoriale. Par exemple, le bureau des accompagnateurs en montagne et un guichet de vente de produits locaux se situent dans le cœur du centre-bourg. De prime abord, une dynamique de réciprocité s'est instaurée pour donner corps au slogan du PNR vantant un territoire « *si proche et tellement différent* ». La question est alors le maintien de ce cercle vertueux dans le contexte de la fréquentation de proximité.

Cette question pèse d'autant plus sur le devenir des stations que nous sommes face à une rupture du modèle de séjour qui a présidé au développement des stations. Quels sont les effets d'entraînement des économies locales quand le territoire de séjour ne concorde plus avec celui des loisirs ? S'agit-il d'un simple changement d'échelle ou d'évolutions plus fondamentales ? Un processus de « déterritorialisation » de la station est à craindre :

- d'une part, la pression résidentielle contribue à une rupture avec la base villageoise qui n'est plus en mesure d'assurer l'hébergement des touristes pour participer à l'exploitation du domaine skiable et pour les touristes dans un lieu unique de séjour, la station, pour qu'ils y concentrent leurs dépenses,
- de l'autre, les pressions concurrentielles pour capter la manne de la proximité encouragent les remontées mécaniques à développer et à diversifier leur offre au regard des seuls critères de la fréquentation de proximité (au détriment de la notion de service public associée au ski, notamment dans son rôle d'animation de la vie touristique locale).

Ainsi, dans le cas de Saint-Pierre-de-Chartreuse, le gestionnaire du domaine skiable entend suivre la voie balisée par les Sept-Laux en développant l'orientation « nouvelles glisses » de son offre. De plus, en réponse à la réactivité des clientèles aux conditions de la pratique du ski et aux pics de fréquentation des week-ends, l'exploitant se tourne vers un départ de remontées mécaniques plus favorable mais extérieur au bourg où il se situe actuellement.

Néanmoins, le tableau ne doit pas être noirci à l'extrême. Cette délocalisation du ski par rapport au village constitue également une opportunité de réhabilitation du centre-bourg jusqu'alors sacrifié sur l'autel des sports d'hiver. En s'écartant d'une approche fonctionnelle dédiée au tourisme, en particulier à la pratique du ski, et en renouant avec sa vocation villageoise, la station ne s'inscrit-elle pas dans la dynamique de restructuration de l'offre neige à l'échelle de massif et ainsi dans une logique de territorialisation plus large de l'offre touristique ?

Bibliographie

- BRYANT C.R., 2005, « La place des espaces ruraux périurbains et de l'environnement dans le développement local », *Symposium international : Territoires et enjeux de développement régional*, 9-11 mars, Lyon, 12 p.
- CLAVERIE B., 2005, « L'économie du périurbain et du tourisme - un essai théorique », in Boumeggouti D. (éd.), *Le périurbain : une zone touristique d'avenir*, Toulouse, 10-12 mars 2004, *Revue Tourisme (ERIT)*, pp. 41-57.
- DAVEZIES L. et LEJOUX P., 2003, « Un train peut en cacher un autre. Derrière l'économie productive, attention à l'économie présente », *XXXIXème colloque de l'ASRDLF : concentration et ségrégation, dynamiques et inscriptions territoriales*, Lyon, 1-3 septembre, 15 p.
- FRANÇOIS H., 2007, *De la station ressource pour le territoire au territoire ressource pour la station. Le cas des stations de moyenne montagne périurbaines de Grenoble*, thèse de doctorat, Sciences des territoires, sous la direction de Pecqueur B. ; Marcelpoil E., Université Joseph Fourier, UMR PACTE-Territoires, IGA, Cemagref Grenoble, UR DTM, Grenoble, 352 p.
- FRANÇOIS H. et MARCELPOIL E., 2007, « Mutations touristiques, mutations foncières : vers un renouvellement des formes d'ancrage territorial des stations », in Vles V. ; Clarimont S. (éd.), *Tourisme durable en montagne : entre discours et pratiques*, Editions AFNOR, Paris, pp. 103-119.
- HIRCZAK M., MOALLA M., MOLLARD A. et al., 2008, « Le modèle du panier de biens : grille d'analyse et observations de terrain », *Economie rurale*, n° 308, pp. 55-72.
- LACROIX A., MOLLARD A. et PECQUEUR B., 2000, « Origine et produits de qualité territoriale : du signal à l'attribut ? », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 4, pp. 683-706.
- LAZZAROTTI O., 2005, « Tourisme et espace périurbain : dépasser les contradictions ? » in Boumeggouti D. (éd.), *Le périurbain : une zone touristique d'avenir*, Toulouse, 10-12 mars 2004, *Revue Tourisme (ERIT)*, pp. 19-28.
- MARCELPOIL E., (coord.), 2006, *Nouvelles pratiques touristiques en zone de montagne : vers un renouvellement des pratiques de gestion foncière ?*, Rapport pour la Direction du tourisme, Grenoble, 71 p.

- MOALLA M., 2005, *La différenciation des produits et services touristiques par la qualité et le territoire : une application aux services touristiques et environnementaux territorialisés*, thèse de doctorat, économie, sous la direction de Mollard A., Université Pierre Mendès-France (Grenoble II), Grenoble.
- ODIT-FRANCE, 2009, *Chiffres clefs du tourisme de montagne en France*, 7ème Ed., ODI-France, Paris, 63 p.
- TALANDIER M., 2007, *Un nouveau modèle de développement hors métropolisation. Le cas du monde rural français*, thèse de doctorat, Institut d'urbanisme de Paris (C.R.E.I.T.E.I.L.), sous la direction de Davezies L., Université de Paris XII - Val de Marne, Paris, 479 p.