

Comment convaincre les Français qu'il n'y a pas que la mer, mais qu'ils peuvent aussi passer d'excellentes vacances sur les sommets ?

À France Montagnes, les idées pullulent...

Hélène PILICHOWSKI

C'est bien sûr une question de couleur. Après l'or blanc de l'hiver -dont le rapport fut honnête cette année, à l'aune de la saison passée- les acteurs de la montagne doivent songer à rentabiliser leurs champs de neige devenus verts. Ce qui n'est pas une moindre tâche tant les Français continuent de préférer la mer pour leurs vacances d'été.

Un récent rapport de l'Agence de développement touristique de la France vient encore de le confirmer. "Les statistiques montrent une érosion continue de la fréquentation depuis plusieurs années et généralisée à tous les massifs du pays", concluent ses experts qui voient dans la question du tourisme d'été en montagne "un sujet à la fois important, complexe et préoccupant

dans la politique touristique de la France". Loin de baisser les bras en attendant les premiers flocons de l'automne, les responsables de France Montagnes, la toute nouvelle association de promotion qui fédère l'ensemble des professionnels concernés, cherchent à remonter la pente. Avec force imagination comme ils l'ont montré lors de la présentation de la saison "grandes vacances" dans les salons de la présidence du Sénat.

Sous la houlette du président Gilbert Blanc-Tailleur, maire de Courchevel, tous ont présenté avec conviction leurs innombrables trouvailles pour attirer sur les hauteurs les brebis trop enclines à lézarder sur les plages. Avec une seule idée en tête martelée par Jean-Marc Silva, le directeur : "La montagne l'été n'est pas réservée à quelques privilégiés capables de gravir les som-

rets... C'est une offre en parfaite adéquation avec les préoccupations d'aujourd'hui : un espace naturel où l'on peut pratiquer le far niente ou choisir d'être actif, dévaler les pistes ou se ressourcer, nager dans les grands lacs ou découvrir des musées". Et d'ajouter comme pour mieux montrer qu'elle souffre la comparaison avec les stations balnéaires et la Provence, haut lieu d'affluence des festivaliers : "On peut aussi participer à des festivals, des concerts et des événements sportifs". Bref, loin d'être une aire d'abnégation et de dépassement de soi, elle peut procurer une jouissance aux sybarites de tous poils !

Un label aussi vert que la nature

À condition d'aimer ce "vert" dont France Montagnes a fait son label promotionnel. Le vert d'une nature variée, grandiose et facile d'accès, le vert de l'incitation à la sérénité face à des décors uniques, le vert qui

rime avec la liberté de choisir ses sensations fortes dans une offre multiple allant du canyoning au golf en passant par le rafting, la via ferrata, le parapente, l'hydro speed, le kayak, l'ULM, la montagne etc... Le vert encore avec un budget qui sort du rouge grâce à des offres très attractives pour les hébergements, des pass multi-activités pour toute la famille et du bonheur gratuit fait de baignades, de randonnées, d'animations en tous genres. Le vert aussi du plus grand théâtre de verdure de France au programme impressionnant de spectacles, de fêtes folkloriques, de feux d'artifices, de compétitions sportives. Et bien sûr le vert des Verts avec des montagnards soucieux de préserver leur richesse naturelle avec une kyrielle d'initiatives en faveur du développement durable.

Montagne illimitée, seule à même d'afficher des séjours "pas chers et tout compris", la montagne devrait à l'heure de l'austérité conquérir de nouveaux vacanciers. □