

ESPACES

tourisme et loisirs

390
MAI-JUIN 2026



TOURISME DE MONTAGNE

HÉBERGEMENT - EMPLOI - MOBILITÉ

100 pages pour faire le point sur les innovations touristiques durables et co-construire un futur équilibré et désirable dans les territoires alpins

Numéro réalisé
en partenariat



DES SAVOIE

► TOURISME DE MONTAGNE

8 LES ENJEUX DE TAILLE du tourisme de montagne

- DENIS MAURER / Président de G2A Consulting
- JEAN-FLORENT BOINEAU / Directeur général de G2A Consulting
- MORGANE GEFFROY / Consultante France et Suisse de G2A Consulting
- JULIE CORIO / Coordinatrice de l'observatoire de l'activité touristique littoral de G2A Consulting
- JULIE BALMET / Responsable enquêtes et qualité de G2A Consulting économiques à l'Université Polytechnique Hauts-de-France

16 INNOVATION TOURISTIQUE DURABLE : quelles pistes pour l'adaptation au changement climatique ?

- NATHALIE SAINT-MARCEL / Directrice adjoint du Cluster Montagne
- PIERRE-FRANÇOIS ADAM / Responsable Innovation, Transition et Entrepreneuriat du Cluster Montagne

22 LES FUTURS DÉSIRABLES du tourisme en montagne

- ARTHUR SCOTTI / Chargé d'études économiques au sein du Crédit Agricole des Savoie
- LIONEL AVOT / Data scientist au sein du Crédit Agricole des Savoie
- WILLIAM CHAUVIN / Responsable du pôle agro-alimentaire au sein du Crédit Agricole des Savoie
- EDOUARD SANTAIS / Chargé de coordination RE au sein du Crédit Agricole des Savoie

28 LE TOURISME DES JEUNES EN MONTAGNE : un levier d'avenir pour Auvergne-Rhône-Alpes

- GEOFFREY MERCIER / Directeur général d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
- RONAN CREOFF / Directeur de Valfréjus Vacances

32 RÉNOVATION DES STATIONS : l'immobilier est la priorité

- SYLVAIN CHARLOT / Délégué Montagne d'Atout France

40 RÉNOVATION DU PARC IMMOBILIER : entre contraintes, durabilité, exploitation et viabilité économique

- SYLVAIN RONIN / Président de Scaro Consulting

48 LE SUCCÈS DU TOURISME SAVOYARD face aux multiples défis

- LIONEL GRUFFAT / Directeur du pôle tourisme du Crédit Agricole des Savoie
- JÉRÔMINE SALVI / Chargée de transition du pôle territoires du Crédit Agricole des Savoie
- ROMAIN FONTENEAU / Responsable RSE de MMV

52 ARRIVÉES TOURISTIQUES ET DÉCARBONATION DES MOBILITÉS : sortir du « samedi au samedi » en Tarentaise

- ÉLISE PÉPIN / Étudiante en master 2 Tourisme et mobilités en montagne à l'université Savoie Mont Blanc
- ALICE NIKOLLI / Enseignante-chercheuse en géographie à l'université Savoie Mont-Blanc

56 NAVETTES DU GIFFRE ET RANDO'BUS : quand la mobilité devient un produit touristique en vallée de montagne

- ROMARIC JUVANON / Responsable du service transition du territoire de la Communauté de communes des montagnes du Giffre

62 LOGEMENT SAISONNIER EN SAVOIE : une tension structurelle

- LOÏC BERGUERAND / Directeur de la clientèle professionnelle du Crédit Agricole des Savoie

66 VAL THORENS-MÉDOC ATLANTIQUE : le travail saisonnier a donné naissance à la continuité sociale et territoriale

- RÉMI RUFFIER DES AIMES / Directeur du pôle population des Belleville

70 AIX-LES-BAINS RIVIERA DES ALPES fait le pari du tourisme régénératif

- LAURIE SOUVIGNET / Directrice de l'agence Aix les Bains Riviera des Alpes

76 LE GRAND-BORNAND, pionnier de la diversification touristique

- ISABELLE POCHAT-COUTILLOUX / Directrice du Grand-Bornand Tourisme

80 AU CŒUR DE LA MAURIENNE ET DE L'ARVAN, une vie locale dynamique à l'année

- JEAN-PHILIPPE VIALLET / Président de la caisse locale de Saint-Jean de Maurienne du Crédit Agricole des Savoie

84 ÉVÉNEMENTS EN STATION : l'exemple de la Haute Maurienne Vanoise

- JEREMY PROKOP / Responsable du service événements & partenariats de Haute Maurienne Vanoise Tourisme



NAVETTES DU GIFFRE ET RANDO'BUS : quand la mobilité devient un produit touristique en vallée de montagne

Entre Annecy, le lac Léman et le Mont-Blanc, les Montagnes du Giffre concentrent tous les paradoxes de la montagne contemporaine : une vallée très attractive, un patrimoine naturel exceptionnel avec en point d'orgue le Cirque du Fer-à-Cheval (en cours de labellisation « Grand Site de France », le premier des Alpes), une économie largement structurée autour du tourisme et une dépendance forte à l'automobile individuelle.

ROMARIC JUVANON / Responsable du service transition du territoire de la Communauté de communes des montagnes du Giffre

En 2021, la communauté de communes des Montagnes du Giffre (CCMG) a engagé un schéma directeur de la mobilité durable dont l'une des premières actions opérationnelles fut le développement des Navettes du Giffre et du concept des Rando'bus. Ces derniers associent transports collectifs, randonnée et, plus récemment, remontée mécanique pour décarboner le dernier kilomètre en montagne et créer de nouveaux produits d'expérience.

Au-delà de la mise en place de lignes de bus supplémentaires, l'enjeu a été de changer de paradigme, c'est-à-dire considérer la mobilité non plus comme un simple service technique d'acheminement mais comme un produit touristique à part entière, générateur de valeur ajoutée, de différenciation et d'attractivité. C'est ce basculement qui a permis de faire émerger une offre structurée où les Navettes du Giffre, les Rando'bus, la télécabine de Morillon et, demain, la Voie Verte Au Fil du Giffre, composent un véritable système de mobilité de destination.

UNE VALLÉE ATTRACTIVE STRUCTURÉE PAR LA VOITURE, MAIS PAS UNIQUEMENT

Situées à égale distance des grands pôles d'Anney, du lac Léman et du Mont-Blanc, les Montagnes du Giffre se structurent autour d'une vallée encaissée, bordée de villages et de plateaux d'altitude entre 1100 et 1600 mètres. Le torrent du Giffre en constitue le fil d'Ariane jusqu'au Cirque du Fer-à-Cheval, site emblématique du massif alpin. La CCMG rassemble huit communes dont cinq touristiques et une station classée de tourisme pour environ 12000 habitants permanents. Le poids du tourisme y est considérable avec près de 3 millions de nuitées (2944635 nuitées sur l'hiver 2024-2025 et l'été 2025) dont 35% en été et 65% en hiver. Son attractivité repose avant tout sur les espaces naturels et les activités de plein air : randonnée, balades, vélo, sports d'eaux vives, parapente, bases de loisirs...

Cette attractivité génère une forte pression sur les accès routiers et sur le stationnement en particulier autour des sites emblématiques comme le Grand Site du Cirque du Fer-à-Cheval. La vallée est organisée autour d'une infrastructure principale, la RD 907, qui supporte l'essentiel des

flux de transit et d'accès aux sites. Les déplacements restent fortement dominés par la voiture. Les habitants pratiquent majoritairement l'« autosolisme » et les visiteurs utilisent presque systématiquement leur véhicule individuel y compris pour de courtes distances entre les villages ou entre leur hébergement et les lieux d'activités. Certains stéréotypes doivent toutefois être nuancés. L'autosolisme n'est pas une réalité exclusive des sites touristiques. Un comptage réalisé en 2019 sur les accès au Cirque du Fer-à-Cheval a estimé à 3,2 le nombre moyen de personnes par véhicule. Autrement dit, le problème concerne surtout le volume absolu de véhicules en circulation et en stationnement ainsi que l'absence d'alternative perçue comme crédible et simple. Quand la CCMG engage dès 2021 son schéma directeur de la mobilité durable, elle ne part pas d'une page blanche ni d'une vision idéaliste. Elle sait que, l'été, une large part des visiteurs est déjà sur place en voiture, qu'ils ont souvent traversé la France en véhicule, et que quelques kilomètres supplémentaires pour aller au Cirque Du Fer-à-Cheval, au Lignon ou sur un plateau d'altitude seront nécessaires. Dans ce contexte, la CCMG dispose d'un levier stratégique important. Elle est compétente en matière de gestion des sentiers, de mobilité (par délégation de la région Auvergne Rhône-Alpes) et de promotion touristique et s'est positionnée comme maître d'ouvrage d'un schéma de mobilité, en concertation étroite avec la région Auvergne-Rhône-Alpes, principal financeur.

UN SCHÉMA DE MOBILITÉ POUR STRUCTURER L'ACTION

Le schéma directeur de la mobilité durable a posé le cadre stratégique d'intervention à l'échelle de la vallée. La région demeure l'autorité organisatrice des mobilités mais des délégations existent historiquement pour le transport scolaire et les navettes touristiques hivernales (via les syndicats intercommunaux précédents). D'ordinaire, cette gouvernance en millefeuille aurait constitué un frein. Au contraire, elle a ici été prise comme point de départ. Comment faire évoluer une offre existante pour répondre aux enjeux de transition sans transfert massif de compétences mais par renforcement des partenariats et mise en cohérence des dispositifs ? ▲



NAVETTES DU GIFFRE ET RANDO'BUS : QUAND LA MOBILITÉ DEVIENT UN PRODUIT TOURISTIQUE EN VALLÉE DE MONTAGNE

Le schéma de mobilité durable s'articule autour de six axes stratégiques : les piétons (favoriser les modes doux dans les centres-bourgs), les cyclistes (développer les infrastructures cyclables), le stationnement (le réguler notamment dans les secteurs sous forte pression touristique), les transports en commun (en faire un mode concurrentiel à la voiture), le covoiturage (encourager l'usage partagé de la voiture) et les poids lourds (optimiser les flux logistiques).

Le dernier kilomètre touristique, notamment vers les grands sites naturels et les départs de randonnée, se situe à l'intersection de plusieurs de ces axes : transport collectif, stationnement, piétonnisation, développement des infrastructures cyclables accessibles. L'enjeu est double : désengorger les accès et réduire la dépendance à la voiture tout en améliorant l'expérience de visite. L'ambition n'est pas seulement de « faire baisser le trafic » mais de réorganiser les accès et de proposer des alternatives qui créent de la valeur : pour les visiteurs (simplicité, confort, découverte), pour les habitants (apaisement, sécurité), pour les opérateurs (lisibilité, attractivité) et pour les milieux (limitation des impacts).

On ne basculera pas la majorité des déplacements touristiques de l'été vers la navette tant que les parkings restent gratuits (sauf au Cirque du Fer-à-Cheval) et rarement saturés. De plus, la fréquence d'un bus par heure impose une planification stricte peu compatible avec une logique de vacances en voiture. Les visiteurs ont déjà leur voiture à portée de main. Le choix stratégique est d'assumer que les navettes ne capteront qu'une partie limitée du public motorisé et de viser en priorité les publics sans voiture, arrivant en train puis en bus (les jeunes, les saisonniers, les habitants non motorisés...). Il ne s'agit pas de remplacer la voiture mais de créer des solutions suffisamment attractives pour certains usages et certaines clientèles. C'est cette finesse de ciblage qui oriente la conception des Navettes du Giffre puis des Rando'bus.

D'UNE OFFRE DE NAVETTES À UNE OFFRE STRUCTURANTE DE MOBILITÉ
À l'instar des navettes hivernales (skibus) vallée-station et internes aux domaines skiables, la collectivité a souhaité dès 2023 proposer une alternative estivale à la voiture, en se focalisant



en priorité sur les sites les plus fréquentés et les plus contraints en termes de stationnement. Au premier rang desquels se trouve le Cirque du Fer-à-Cheval qui accueille jusqu'à 3000 visiteurs par jours l'été.

Grâce au soutien financier de la région Auvergne-Rhône-Alpes et au cofinancement des communes du territoire, la CCMG a mis en place trois premières navettes estivales rapidement rebaptisées « Navettes du Giffre » pour unifier l'offre été et hiver. Devant le succès du dispositif, le réseau a été progressivement étoffé pour atteindre aujourd'hui huit lignes qui maillent l'ensemble du territoire, exploitées par un opérateur privé dans le cadre d'un marché public.

L'été 2025 confirme la montée en puissance de cette offre avec 25131 trajets soit une hausse de 14 % par rapport à l'été 2024 (22132 trajets). Certaines lignes sont particulièrement dynamiques comme la desserte Cluses-Cirque du Fer-à-Cheval (+17 %) ou la ligne du Lignon (+21 %). La desserte de la gare de Cluses progresse de 50 % en un an portée par une simplification de la tarification (passage de six euros à deux euros).

Autre indicateur clé : 58 % des billets vendus sont des allers simples (contre 42 % d'allers-retours) avec des proportions encore plus marquées sur certaines lignes de montagne — 81 % d'allers simples sur la ligne vers le plateau de Sommand à 1600 mètres, 60 % sur Lignon ou Les Allamands, lieux de départs de randonnée et de passage du GR5 et du GR96. Cette structure de la demande témoigne d'un usage croissant des navettes pour l'itinérance sur une ou plusieurs journées et pour des pratiques emblématiques du territoire telles que le parapente. C'est le cas de la ligne de Sommand, très utilisée par les pratiquants pour accéder au site de décollage.

1)

Toutes les données mentionnées dans le présent article sont issues, sauf mention contraire, du schéma de cohérence territoriale de l'Assemblée du Pays de Tarentaise Vanoise, approuvé en 2017.

2)

La RN90 est particulièrement exposée aux risques gravitaires (avalanches, éboulements, etc.). Le dernier épisode en date, lié à la chute de 50 mètres cubes de roches le samedi 1er février 2025, n'a pas fait de victimes mais a néanmoins paralysé le trafic pendant plusieurs jours. Le dispositif Régulation de la Circulation en Tarentaise, mis en place en 2000 et géré par la direction Interdépartementale des Routes Centre-Est, vise à réduire l'exposition à ces risques. Des feux tricolores régulent le trafic en aval de Moûtiers, évitant la formation de bouchons dans les zones les plus exposées ainsi que dans les tunnels. En cas de chutes de neige, il permet également de faciliter l'intervention des engins de déneigement.

SANS RÉGULATION DU STATIONNEMENT, LA NAVETTE NE SUFFIT PAS

Ces trois années d'exploitation valident le point central de la stratégie et l'hypothèse de départ : sans stratégie simultanée de régulation du stationnement à destination, les touristes venus en voiture utilisent relativement peu les navettes pour se rendre sur leur lieu d'activité. Pour un grand nombre de familles déjà motorisées sur place, la navette est perçue comme une contrainte par rapport à leur véhicule : nécessité de consulter les horaires, impression de perte de liberté, peur de manquer la liaison du retour. D'autant que la voiture n'est pas ici un symbole d'autosolisme absolu : avec une moyenne de plus de deux voire trois personnes par véhicule, elle reste, dans leur représentation, le mode le plus évident. Dans ces conditions, il serait irrationnel d'attendre un report massif sur les navettes de leur part. C'est exactement ce que la fréquentation confirme : le réseau progresse mais reste loin d'une substitution généralisée. À la question comment faire de cette contrainte une opportunité de différenciation touristique, la réponse est simple : inventer un produit d'expérience dédiée aux clientèles sans voiture ou en quête d'excursion organisée. C'est cette niche très cohérente avec les atouts du territoire que la CCMG a décidé de cultiver avec les Rando'bus.

TRANSFORMER UNE CONTRAINTE EN PRODUIT D'EXPÉRIENCE

L'étincelle vient d'un constat simple : quand on veut faire une boucle ou un itinéraire linéaire en randonnée, on ne peut pas mettre tout le temps deux véhicules à deux endroits différents. Beaucoup de randonnées idéales sur carte impliquent en pratique des contraintes logistiques : retour au point de départ, véhicules à récupérer, temps perdu, etc. La mobilité collective peut alors passer du statut de solution de secours à celui de condition de possibilité de certains itinéraires. L'idée est de faire de la mobilité un produit touristique à part entière au lieu de la considérer comme un simple service de déplacement. Les Rando'bus proposent de combiner dans un même parcours navette et marche pour permettre aux visiteurs de réaliser des itinéraires plus longs ou plus variés, sans contrainte de retour au point de

départ. Concrètement, les services de la CCMG ont co-construit une sélection de randonnées « clé en main » : quatorze puis dix-huit itinéraires, décrits dans un livret dédié et dans les bases de données touristiques via la plateforme Apidae.

Chaque fiche Rando'bus détaille la description de l'itinéraire, les lignes et arrêts de navette à utiliser (départ ou retour), les principales difficultés horaires à respecter, la présence éventuelle de chiens de protection des troupeaux, une carte et un lien vers des outils de cartographie (Visorando, carte IGN...). Cette démarche s'appuie sur le réseau de sentiers balisés par le service « de gestion des sentiers » de la CCMG, en lien avec le département, sans investissement lourd supplémentaire en infrastructures. L'essentiel de l'innovation porte sur la manière d'organiser et d'articuler les services. Il s'agit de relier de manière intelligente un réseau de bus et un réseau de sentiers déjà existants.

MARKETING, COMMUNICATION ET MISE EN RÉCIT

En 2024, l'offre Rando'bus franchit un nouveau cap avec l'intégration d'une télécabine dans le dispositif de mobilité estivale : la liaison entre Morillon (600 mètres) et le plateau des Esserts (1 100 mètres). Particularité majeure, cette montée mécanique est intégrée au réseau sans supplément tarifaire pour le client dans le cadre d'un accord entre la région Auvergne-Rhône-Alpes, la CCMG et Morillon, commune déléguée du service publique de remontées mécaniques et leur délégataire.

Cette connexion entre navette et remontée mécanique ouvre des variantes d'itinéraires combinant marche, télécabine et navette. Elle facilite également l'accès à l'altitude sans voiture et renforce l'attractivité de l'offre pour des publics variés, notamment les familles. Les données de 2025 montrent le potentiel de cette intermodalité : plus de 7 600 passages piétons sur la télécabine, en progression de 17 % par rapport à 2024 avec environ 9 % d'échanges bus / télécabine. Ces 9 % peuvent sembler modestes à première vue mais ils constituent une base de départ intéressante pour faire évoluer progressivement les usages et habituer les visiteurs à considérer les remontées mécaniques comme des segments d'un parcours multimodal sans voiture.

NAVETTES DU GIFFRE ET RANDO'BUS : QUAND LA MOBILITÉ DEVIENT UN PRODUIT TOURISTIQUE EN VALLÉE DE MONTAGNE

Les Navettes du Giffre ont été conçues comme un produit touristique. Cela a conduit la collectivité à mettre en place une véritable démarche marketing visant à modifier le regard porté sur la navette. Il s'agit de sortir d'une vision utilitaire pour en faire un levier d'expérience à part entière. Le message n'est pas « *Prenez le bus, c'est plus vertueux* » mais : « *Je ne me prends pas la tête avec le parking* », « *Je profite du trajet pour regarder le paysage* », « *Je peux embarquer mon vélo si je ne souhaite pas circuler sur la route* », « *Je peux envisager une grande traversée sans revenir à mon point de départ* ».

Cette démarche marketing s'est traduite par la production de contenus plus attractifs (capsule vidéo co-réalisée avec les offices de tourisme, visuels dédiés, supports éditoriaux, campagnes de promotion) permettant de sortir d'une communication strictement fonctionnelle et de renforcer l'adhésion au service. Le but est très clair : retirer les Navettes du Giffre de la rubrique « se déplacer sur le territoire » des sites des offices de tourisme ou des prescripteurs de séjours pour les placer au même niveau que les produits touristiques (itinéraires de randonnée, activités, sites de visite). Un grand nombre de visiteurs ne vont jamais chercher spontanément une rubrique « mobilité » ou « transports en commun ». Il faut diffuser l'information à leur intention précisément au moment où ils manifestent un intérêt pour un site, une randonnée ou une activité.

LA GESTION DES FLUX TOURISTIQUES

Parallèlement au développement des navettes et des Rando'bus, la CCMG a engagé une démarche de gestion des flux dans le cadre d'un appel à manifestation d'intérêt lancé par Atout France. L'étude repose sur plusieurs dispositifs dont l'installation de douze éco-compteurs sur des sites clés de randonnée et de balade, l'analyse de données assortie de traitements d'intelligence artificielle ainsi que des enquêtes de terrain menées en face-à-face sur deux saisons estivales consécutives (2024 et 2025). Ces enquêtes sont réalisées durant les six semaines de vacances d'été sur les principaux sites de balades et points d'intérêt. Les premiers résultats sont riches d'enseignements. La satisfaction des visiteurs s'avère très élevée quel que soit le niveau de fréquentation car les touristes intègrent le fait

que venir le 15 août implique de ne pas être seul. La fréquentation des sites est peu sensible à la météo (hors épisodes de pluie continue), ce qui confirme la robustesse de l'activité. Sans compter les journées de pluie ininterrompue, ce qui reste rare, la différence de fréquentation entre deux jours consécutifs est inférieure à 7%. Le taux de fidélisation et de recommandation est important, signe d'une expérience globale jugée positive. Enfin, les visiteurs viennent souvent pour un site précis ce qui limite la possibilité de les orienter vers des lieux de repli moins fréquentés. La surfréquentation n'est pas un argument dissuasif suffisant. Améliorer l'acceptabilité des flux ne se résume pas à diffuser la fréquentation mais à organiser les accès, maîtriser les impacts sur les milieux et à rendre les parcours lisibles. Ces résultats nous montrent la forte prédictibilité de la fréquentation à l'échelle de la saison, ce qui ouvre la voie à des stratégies robustes de dimensionnement des moyens de transport, de régulation du stationnement (tarification, lissage, réservations éventuelles) et de communication anticipée pour atténuer l'impression de saturation en périodes de pointe.

LE VÉLO COMME FIL ROUGE

Structurer les mobilités actives et la diversification touristique

Dans la continuité du schéma directeur de la mobilité durable, l'un des projets structurants pour les années à venir porté par la CCGM est le développement de la Voie Verte *Au Fil du Giffre*, axe cyclable majeur destiné à devenir le fil d'Ariane des mobilités actives dans la vallée. Celle-ci présente une géographie propice à l'usage du vélo pour les déplacements quotidiens comme pour les loisirs grâce à un dénivelé faible favorisant l'accessibilité. Une partie de l'itinéraire existe déjà mais plusieurs tronçons restent à améliorer et d'autres à créer pour proposer une offre cyclable de qualité aux habitants comme aux visiteurs et connecter la Voie Verte *Au Fil du Giffre* à la Voie Verte Léman - Mont-Blanc, créant ainsi un maillage cyclable de portée régionale.

Pensée comme une infrastructure d'usage quotidien, la voie verte vise à relier les centres-bourgs, les pôles d'habitat et de services, les équipements publics et touristiques. Elle permettra de proposer une alternative crédible à la voiture disponible toute l'année ce qui n'est pas encore le cas des Navettes du Giffre. Elle répond aux besoins de la population et constitue un outil majeur pour anticiper le tourisme de demain. Elle valorise les atouts naturels de la vallée et diversifie les modes de découverte : déplacements doux entre villages, accès aux points d'intérêt ou pratique de loisirs à part entière. En offrant une expérience de visite fluide et qualitative, elle deviendra un vecteur d'attractivité à l'échelle de la destination. En renforçant l'accessibilité douce sur l'ensemble de la vallée, la Voie Verte *Au Fil du Giffre* contribuera à mieux répartir les flux touristiques aujourd'hui concentrés sur quelques sites emblématiques. Elle permettra de structurer des parcours plus étendus, d'inciter à la découverte d'espaces moins fréquentés et de favoriser des mobilités décarbonées cohérentes avec les ambitions environnementales de la communauté de communes.

GOUVERNANCE ET CONDITIONS DE RÉUSSITE

La réussite des Navette du Giffre et des Rando'bus tient à une gouvernance assez originale, fondée sur une coopération inter-services et multi-acteurs plutôt que sur une refonte institutionnelle des compétences. La CCMG pilote le dispositif à travers trois services — promotion du tourisme, gestion des sentiers et mobilité — qui travaillent de concert à la conception des itinéraires, à l'ajustement des horaires et à la valorisation de l'offre. Pour leur part, les offices de tourisme jouent un rôle de véritable courroie de transmission en assurant la promotion, le conseil aux visiteurs, l'intégration des Rando'bus dans la base de données Apidae et la production de contenus inspirants. La région Auvergne-Rhône-Alpes apporte un soutien financier structurant tout en demeurant l'autorité organisatrice des mobilités.

Parmi les facteurs de réussite figurent l'existence d'un schéma de mobilité qui donne une vision stratégique partagée. La capacité à capitaliser sur des dispositifs existants tels que les navettes hivernales, les sentiers balisés et les remontées mécaniques, plutôt que de repartir de zéro, joue également un rôle clé. La volonté politique de considérer la mobilité comme une offre touristique et non comme un simple service, s'ajoute à cela. L'outillage en données (bilan de fréquentation et enquêtes flux) permet de piloter efficacement la montée en puissance. Les freins identifiés relèvent davantage des comportements et des représentations des usagers (ou plutôt des non-usagers) que de la technique : difficulté à changer les habitudes des familles venant en voiture, perception de la consultation des horaires comme une contrainte, pas de réflexe « transport en commun » en été. Ces freins relèvent moins de l'ingénierie que de l'évolution des comportements et de la manière de présenter l'offre.

ENSEIGNEMENTS POUR LES TERRITOIRES DE MONTAGNE

La mobilité doit être traitée comme un produit touristique, pas comme un simple service. Concevoir des offres comme Rando'bus implique de raisonner en termes d'expérience, de scénarios de séjour, de combinaison d'activités plutôt que de seule logique de desserte. En hiver, la neige,

l'encombrement, les équipements obligatoires rendent le transport collectif attractif. En été, la voiture reste perçue comme simple. Il faut des arguments spécifiques : liberté d'itinérance, accès à l'altitude, tranquillité. L'exemple de la télécabine de Morillon montre qu'il est possible de décloisonner mondes du transport public et des remontées mécaniques, à condition d'un cadre partenarial solide. Il convient de s'appuyer sur les données pour piloter (éco-compteurs, enquêtes, intelligence artificielle). La compréhension fine des flux et des ressentis permet de dimensionner les offres, de justifier les investissements et de travailler la régulation et la pédagogie sur des bases objectivées. Enfin, la CCMG n'a pas cherché à recentraliser mais à faire travailler ensemble ses services, les offices de tourisme, la région, les opérateurs. Cette approche pragmatique est plus productive qu'une restructuration institutionnelle complexe.

VERS UNE MOBILITÉ DE DESTINATION ASSUMÉE

En quelques années, les Montagnes du Giffre ont progressivement transformé une vallée de montagne attractive, fortement motorisée, soumise à des congestions saisonnières en terrain d'expérimentation d'une mobilité de destination articulant transports collectifs, itinérance et infrastructures touristiques. Les Navettes du Giffre, les Rando'bus, l'intégration de la télécabine de Morillon et, demain, la Voie Verte Au Fil du Giffre ne relèvent pas d'une juxtaposition de dispositifs mais composent les éléments d'un système cohérent. Celui-ci repose sur des principes simples : faire de la mobilité un véritable levier d'expérience, concevoir des offres à partir d'usages réels plutôt qu'à partir de seuls schémas théoriques, accepter que le changement d'habitudes soit progressif et travailler avec finesse l'articulation entre mobilités du quotidien et mobilités touristiques. Un territoire rural de montagne peut, avec des moyens maîtrisés, une gouvernance coopérative et une forte cohérence stratégique, déplacer progressivement le centre de gravité de la mobilité. C'est sans doute l'une des clés pour que les destinations de montagne puissent rester attractives, désirables et habitables dans un contexte de transition écologique et de recomposition des attentes touristiques. ■