

Stations de montagne et développement durable. Comment gérer l'immobilier de loisirs en montagne?



Vincent Viés

Docteur d'Etat (aménagement et urbanisme). Professeur à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour

Estaciones de montaña y desarrollo sostenible.
¿Cómo gestionar las viviendas turísticas en la montaña?

Un antiguo desarrollo urbanístico

Las primeras urbanizaciones destinadas al ocio datan del siglo XIX

A partir de finales del siglo XIX la búsqueda de la distinción social ha justificado la práctica deportiva y contemplativa de la montaña. La vuelta a Europa de los aristócratas ingleses incluye desde el siglo XVIII una etapa alpina (la estación de Chamonix, por supuesto, pero también ejemplos como Grindelwald o Lauterbrunnen en el Oberland de la región de Berna). En cada una de esas estaciones, los convencionalismos requieren que efectúen dos o tres paseos señalados. Más tarde, esa elite inglesa deja paso a grupos cada vez más numerosos de franceses, alemanes e italianos. Los intelectuales tomaron el relevo para esta práctica de montaña en Chamonix en los Alpes, Cauterets en los Pirineos. El turismo de montaña ha sido principalmente estival hasta principios del siglo XX, que es cuando, con la iniciativa privada, ha suscitado las primeras prácticas de deportes de invierno.

Une urbanisation déjà ancienne

Les premières pratiques touristiques datent du XIXe siècle

Dès la fin du XIXe siècle, la recherche de la distinction sociale a motivé la pratique sportive et contemplative de la montagne. Le tour d'Europe des aristocrates anglais inclut dès le XVIIIe siècle une étape alpine (Chamonix, bien sûr, mais également par exemple Grindelwald ou Lauterbrunnen dans l'Oberland bernois). Dans chacune de ces stations, les conventions veulent qu'ils réalisent deux ou trois promenades balisées. Par la suite, cette élite anglaise cède la place à des groupes toujours plus nombreux de Français, d'Allemands et d'Italiens. Les intellectuels ont servi de relais à cette pratique de la montagne sur Chamonix dans les Alpes, sur Cauterets dans les Pyrénées. Jusqu'au début du XXe siècle, où l'initiative privée a suscité les premières pratiques de sports d'hiver, le tourisme de montagne est resté principalement estival.

La pratique du ski pousse l'Etat à aider les urbanisations nouvelles dès 1945

La pratique du ski a connu ce même phénomène de diffusion sociale. Parti d'une pratique d'abord élitiste, la population urbaine d'après-guerre qui réside en montagne est composée de classes moyennes. Aujourd'hui encore on ne peut pas parler de loisir démocratique à propos du ski. Dans les années 60, le nombre de séjours aux sports d'hiver progresse de 8% par an. A partir de ces années là, la France adopte un ensemble de textes réglementaires qui concernent ce qu'on appelle à l'époque «la zone montagne». La pression urbaine et touristique sur le milieu naturel et sur l'économie de la montagne, l'exemple de l'Italie qui légifère en faveur de la

La practica del esquí lleva al Estado a fomentar nuevas urbanizaciones a partir de 1945 (estación de Courchevel)

La práctica del esquí ha conocido este mismo fenómeno de difusión social. Partiendo de una afición al principio elitista, la población urbana de posguerra que reside en la montaña está compuesta por clases medias. Hoy en día, todavía no se puede hablar de ocio democrático en cuanto al esquí. En los años 60, el número de estancias para los deportes de invierno progresa en un 8% al año. A raíz de esos años, Francia adopta un conjunto de textos reglamentarios que conciernen lo que se llama en la época «la zona montaña». La presión urbana y turística sobre el medioambiente y la economía de la montaña, por ejemplo Italia que legisla a favor de la montaña a partir de 1952, pero también Austria (1961), obligan al gobierno francés a intervenir creando «ciudades nuevas» para la práctica del esquí.

El «Plan Nieve» en Francia se basa en nuevas urbanizaciones, funcionales, fieles a los principios de la carta de Atenas

La «doctrina nieve» se anuncia sistemáticamente, a través de Maurice Michaud, ingeniero general de Caminos Canales y

montagne dès 1952, mais aussi de l'Autriche (1961), poussent le gouvernement français à intervenir en créant des «villes nouvelles» à la montagne pour la pratique du ski.

La «doctrine neige» de la France repose sur une urbanisation nouvelle, fonctionnelle, fidèle aux principes de la Charte d'Athènes

La «doctrine neige» est avancée systématiquement comme moyen de promotion économique des massifs par Maurice Michaud, ingénieur général des Ponts et Chaussées chargé des études préalables aux investissements décidés par le gouvernement en Commission interministérielle d'Aménagement de la Montagne. Initiateur de Courchevel, il prône la construction très rapide de stations nouvelles en se servant des procédures d'urbanisme des plaines: la déclaration d'utilité publique, la Zone d'aménagement différé (ZAD), la Zone d'aménagement concerté (ZAC). Des promoteurs audacieux se sont engouffrés dans ce marché immobilier nouveau très ouvert et prometteur (Godino aux Arcs, Schnebelen à Tignes ...) jusqu'à ce que des irrégularités, des imprudences et des scandales obligent l'Etat à restreindre la construction libre (l'avalanche de Val d'Isère en 1970 marquera la prise de conscience de la spécificité des conditions de montagne dans l'aménagement). Le discours de Valouise et la directive de protection et d'aménagement de la montagne mettront en 1977 un frein administratif puissant à l'urbanisation désordonnée en montagne (procédure d'urbanisme très contraignante des «Unités Touristiques Nouvelles»).

Du «tout neige» à la protection puis au développement durable de la montagne, 30 ans sont passés... et une crise économique a modifié considérablement les comportements de loisirs des vacanciers. Pourtant, encore aujourd'hui la course aux investissements «neige» reste importante et justifie campagnes de communication et batailles autour des statistiques (plus ou moins fiables) de fréquentation.

Formes et moyens d'une planification urbaine voulue par l'Etat

L'Etat a financé massivement la création des stations de sports d'hiver créées ex nihilo à partir d'un modèle urbain élémentaire

L'Etat intervient donc massivement dans ce processus de production urbaine par un « Plan Neige » jusqu'en 1975 en subventionnant les infrastructures primaires (routes, dont nationales à 100% et routes de liaison à 50%), secondaires (opérations de lotissement, voirie intérieure à 25%), tertiaires (jusqu'à 60%), adduction d'eau, électrification, assainissement. Les subventions d'Etat s'élèvent alors jusqu'à 430 F/lit

Puertos encargado de los estudios previos a las inversiones decididas por el gobierno en Comisión Interministerial de Ordenación de la Montaña, como medio de promoción económica de los macizos. Iniciador de la estación de Courchevel, preconiza la construcción muy rápida de estaciones nuevas usando los procedimientos de urbanismo de las planicies: la declaración de utilidad pública, la zona de ordenación diferida (ZAD), la zona de ordenación concertada (ZAC). Promotores atrevidos se internan en este mercado inmobiliario nuevo muy abierto y prometedor (Rodino en la estación de los Arcs, Schnebelen en Tignes...) hasta que irregularidades, imprudencias y escándalos obligan al estado a restringir la construcción libre (el alud de la estación de Val d'Isère en 1970 marcará la toma de conciencia de la especificidad de las condiciones de montaña en el ordenamiento). El discurso de Valouise y la normativa de protección y de ordenamiento de la montaña pondrán en 1977 un freno administrativo importante a la urbanización desordenada en montaña (procedimiento de urbanismo muy apremiante de las «Unidades Turísticas Nuevas»).

Desde el «todo nieve» hasta la protección y el desarrollo sostenible de la montaña, 30 años han pasado... y una crisis económica ha modificado considerablemente los com-

portamientos de ocio de los turistas. Sin embargo, hoy en día la competición de las inversiones «nieve» sigue siendo importante y justifica campañas de comunicación y luchas entorno a estadísticas (mas o menos fiables) de frecuentación.

Formas e instrumentos de una planificación urbana deseada y controlada por el Estado

El Estado francés financió masivamente la creación de las estaciones de esquí creadas ex nihilo a partir de un modelo urbano elemental

El estado interviene entonces masivamente, hasta 1975, en ese proceso de producción urbana a través de un «Plan Nieve», subvencionando las infraestructuras primarias (carreteras, nacionales al 100% y de enlace al 50%), terciarias (hasta el 60%), toma de agua, electrificación, saneamiento. Las subvenciones del estado suben entonces hasta 430 Francos/litro (valor 1970) en los Alpes del Norte y 760 Francos/litro en los Pirineos. En el curso de ese mismo Plan Nieve, los préstamos concedidos por el Estado se elevan aproximadamente a 1.000 Francos/litro. Medidas fiscales muy atractivas a favor del alo-

(valor 1970) dans les Alpes du Nord et 760 F/lit dans les Pyrénées. Au cours de ce même Plan Neige, les prêts accordés par l'Etat se montent à 1.000 F/lit environ. Des mesures fiscales très incitatives en faveur de l'hébergement banalisé (exonération de T.V.A.) contribuent à la création de plus de 150.000 lits.

Quatre générations – donc quatre types de composition urbaine – se sont succédées

L'aménagement touristique de la montagne de 1965 à 1982 fait l'objet d'une approche très centralisée. En montagne plus qu'ailleurs l'équipement touristique fabrique le produit. Le projet politique de développement a cependant tenu compte de la contrainte économique et de l'expression de la demande de loisirs: à la fin des années 50, le dépeuplement des zones de montagne contrastait avec la fréquentation hivernale liée à la pratique du ski: la Fédération Française de ski comptait 61 000 membres en 1950 et 590 000 en 1970. Dans un premier temps, cet essor a favorisé l'extension et l'aménagement de villages déjà célèbres par leur activité touristique centenaire: Chamonix, Saint-Gervais, le Mont Dore offraient un équipement récréatif assez complet sur lequel est venu se greffer tout naturellement la pratique naissante du ski. Jusqu'en 1948, les stations restent en fond de vallée et sont en petit nombre.

Première génération de stations (exemple de Bonneval sur Arc en Savoie (1750 m d'altitude))

Structure générale

1/25000^e

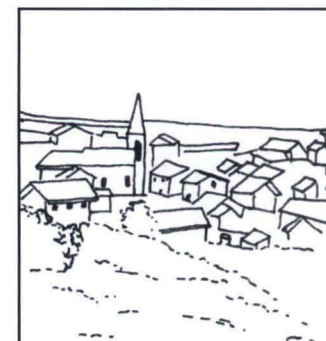
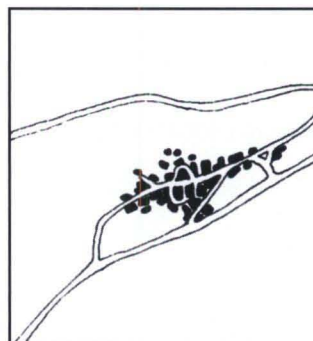
Vue d'ensemble

Génération 1

Bonneval sur Arc - Savoie (73)

Altitude 1750 - 3000 m

216 résidents - 1510 lits



aménagement généralisé (exonération de l'IVA) contribuent à la création de plus de 150.000 lits.

Cuatro generaciones de cuatro tipos de constituciones urbanas se suceden

La ordenación turística de la montaña de 1965 à 1982 ha sido objeto de un enfoque muy centralizado. En montaña más que en ningún otro sitio el equipamiento turístico hace el producto. El proyecto político de desarrollo ha tenido sin embargo en cuenta la contrariedad económica y la expresión de la demanda de ocio: a finales de los años 50, la despoblación de las zonas de montaña contrastaba con la frecuentación invernal ligada a la práctica del esquí: la Federación Francesa de esquí contaba con 61 000 miembros en 1950 y 590 000 en 1970. Al principio, este desarrollo favoreció la extensión y el acondicionamiento de pueblos ya famosos por su actividad turística centenaria: Chamonix, Saint-Gervais, el Mont Dore ofrecían un equipamiento recreativo bastante completo en los que la práctica naciente del esquí vino sumándose con toda naturalidad. Hasta 1948, las estaciones se ubican en el fondo del valle y son poco numerosas.

Primera generación de estaciones (ejemplo de Bonneval sur Arc en Saboya (1750 m de altitud))

- **Estructura viaria:** Las calles estrechas y sinuosas son el resultado de una economía agrícola. La estructura viaria no ha sido concebida para la circulación mecánica, pero introduce una variedad de vistas, algo pintoresco que se ha convertido en argumento turístico atractivo.
- **Parcelado:** lo parcelado fraccionado traduce la lenta evolución del pueblo: reconstrucción, sucesión, división, subdivisión,... lo han complicado.
- **Edificado:** Los edificios, a veces medianeros, siempre bastante cercanos, forman un frente construido relativamente continuo a lo largo de espacios públicos.
- **Espacios libres:** Los espacios libres están delimitados y estructurados por los edificios que evidencian el trazado de las calles y el dibujo de las plazas.

Segunda generación de estaciones (ejemplo de Gourette en los Pirineos Atlántico, 1.350 m de altitud)

A partir de 1948, estaciones tales como de «segunda generación» o «funcionales» (Courchevel, 1946) se desa-

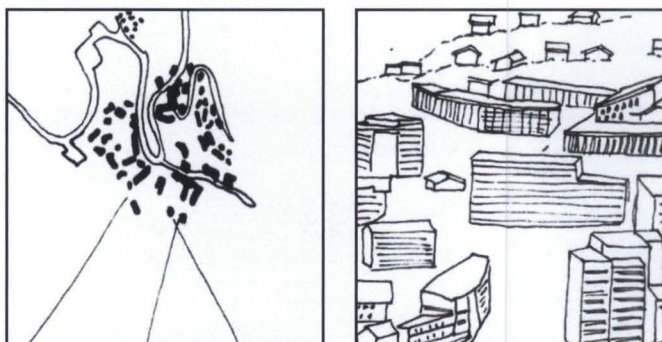
- **Structure viaire:** les rues étroites et sinueuses sont issues d'une économie agricole. La structure viaire n'a pas été conçue pour la circulation mécanique, mais elle introduit une variété de vues, un pittoresque qui sont devenus des arguments touristiques attractifs.
- **Parcellaire:** le parcellaire morcelé traduit la lente évolution du village: reconstruction, succession, division, indivision,... l'ont complexifié.
- **Bâti:** les batiments, parfois mitoyens, toujours assez proches, forment un front bâti relativement continu le long des espaces publics.
- **Espaces libres:** les espaces libres sont délimités et structurés par les bâtiments qui laissent apparaître le tracé des rues et le dessin des places.

Seconde génération de stations (exemple de Gourette dans les Pyrénées Atlantiques (1350 m d'altitude))

Génération 2

Gourette - Pyrénées-Atlantiques (64)

Altitude 1350 - 2400 m



A partir de 1948, des stations dites de «deuxième génération» ou «fonctionnelles» (Courchevel, 1946) sont développées selon le concept du «ski au pied» (Meribel, Chamrousse, L'Alpe d'Huez, Val d'Isère, Les Deux Alpes).

On s'orienta, en deuxième génération, vers des sites d'altitude (1800 mètres environ) présentant une proximité plus grande avec les pistes enneigées: Courchevel, Méribel, Gourette, Superbagnères, SuperLioran.

rollan según el concepto de «esquí en el pie» (Meribel, Chamrousse, L'Alpe d'Huez, Val d'Isère, Les Deux Alpes).

Nos orientamos, en segunda generación hacia lugares de altitud (aproximadamente 1800 metros) presentando una mayor proximidad con las pistas nevadas: Courchevel, Méribel, Gourette, Superbagnères, SuperLioran. Los riesgos y peligros inherentes a la hostilidad del medio natural han llevado al estado a instaurar unos procedimientos de equipamiento específicos, gestionados por unas estructuras técnicas adaptadas. El *SERVICIO DE ESTUDIOS Y DE ORDENACIÓN TURÍSTICO DE LA MONTAÑA (SEATM)* se creó con ese fin desde 1964 y depende del Ministerio de Turismo pero también del de Equipamiento.

Hemos pasado muy rápidamente de la gran estación del siglo XIX (generación de las estaciones de Chamonix, Saint Moritz, Zermatt) a un modelo americano y francés de urbanización nueva, concentrada con el fin de limitar los desplazamientos, de concepción lineal y a menudo estereotipada: Edificios elevados, oposición funcional entre la circulación de automóviles y los balcones orientados al sur, zona de esquí en abanico bajando hacia los edificios frente a las pistas.

Plan de la estación Gourette

- **Estructura viaria:** Las características de las calles incluyen los problemas de la circulación mecánica, del estacionamiento. Su dimensión corresponde a una afluencia turística importante.
- **Parcelaria:** Los edificios se implantan a merced de las oportunidades territoriales. El desarrollo inicial de la estación ha sido muy pocas veces objeto de un plan general.
- **Edificado:** La implantación de lo edificado no tiene correspondencia directa con la de las vías de servicio que no están delimitadas por las construcciones.
- **Espacios libres:** Los espacios públicos no tienen delimitación importante. La composición de lo edificado y la de los límites de las propiedades privadas no permiten circunscribir el entorno público.

La 3ª generación de estaciones (ejemplo de Superdévoluy, Hautes-Alpes, altitud: 1.500 m)

A partir de 1962, con la estación de La Plagne, el Estado favorece «estaciones de 3ª generación» o «**integradas**»: una única organización, pública o privada, es a la vez habilitadora, promotora, vendedora y explotadora. En Francia, las estaciones

Les risques et dangers inhérents à l'hostilité du milieu naturel ont amené l'Etat à mettre en place des procédures d'équipement spécifiques, gérées par des structures techniques adaptées. Le *SERVICE D'ETUDES ET D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE DE LA MONTAGNE (SEATM)* fut créé à cette fin dès 1964 et relève du Ministère du Tourisme mais également du Ministère de l'Equipement.

On est passé très rapidement de la grande station du XIXe siècle (génération des Chamonix, Saint Moritz, Zermatt) à un modèle américain et français d'urbanisation nouvelle, concentrée afin de limiter les déplacements, de conception linéaire et souvent stéréotypée : bâtiments élevés, opposition fonctionnelle entre la desserte automobile et les balcons orientés plein sud, domaine skiable en éventail revenant vers les immeubles en front de neige.

- **Structure viaire:** les caractéristiques des voies intègrent les contraintes de la circulation mécanique, du stationnement. Leur dimensionnement correspond à une fréquentation touristique importante.
- **Parcellaire:** les bâtiments sont implantés au gré des opportunités foncières. Le développement initial de la station a rarement fait l'objet d'un plan d'ensemble.

Plan de Gourette

- **Bâti:** l'implantation du bâti n'a pas de correspondance directe avec celle des voies de desserte qui ne sont pas délimitées par les constructions.
- **Espaces libres:** Les espaces publics n'ont pas de délimitation forte. La nature de l'implantation du bâti et celle des limites des propriétés privées ne permettent pas de circonscrire le domaine public.





La 3^e génération de stations (exemple de Superdévoluy, Hautes-Alpes, altitude: 1500 m)

A partir de 1962, avec La Plagne, l'Etat favorise des «stations de 3^e génération» ou «**intégrées**»: une seule organisation, publique ou privée, est à la fois aménageur, promoteur, vendeur et exploitant. Les stations intégrées sont contemporaines, en France, des villes nouvelles dont elles s'inspirent du point de vue de l'aménagement et de l'urbanisme.

- **Structure viaire:** la circulation mécanique et les voies d'accès sont regroupées, généralement à l'aval de la station. Elles sont totalement dissociées de celle des skieurs et des piétons et garantissent des déplacements rationalisés.

integradas son contemporáneas a las ciudades nuevas en cuyo ordenamiento y urbanismo se inspiran.

- **Estructura viaria:** la circulación mecánica y las vías de acceso están generalmente agrupadas estación abajo. Están totalmente disociadas de la de los esquiadores y peatones y garantizan desplazamientos racionalizados.
- **Parcelado:** Lo Parcelado se establece en función de las características de las construcciones. Deja poco terreno fuera de la influencia de lo construido.
- **Edificado:** El edificio lineal de la estación integrada delimita en extremo las zonas reservadas a los coches y a los esquiadores. Su forma curvada sitúa la vista, las horas del sol y la apertura sobre el centro neurálgico.
- **Espacios libres:** Excepto los espacios concebidos para el peatón tal como las galerías cubiertas, el espacio público no está a escala humana.

La 4^a generación de estaciones (ejemplo de la estación de Valmorel, Saboya, 1.400-2.550 m)

La «4^a generación» que sigue, concediendo la mejor parte a la inversión privada, adapta esa integración según los casos

locales con un esfuerzo, especialmente en el aspecto cualitativo. La estación integrada se caracteriza en primer lugar por su emplazamiento: generalmente en anfiteatro, ofrece desniveles superiores a 1.000 metros y situados a una altitud de al menos 1.600 m. Esta situación les asegura un nivel y una calidad de nieve garantizados durante al menos cuatro meses. Situados por encima de las zonas habitadas, esos lugares tienen la ventaja de pertenecer a un número escaso de propietarios lo que facilita la compra de los terrenos para el control de la estación por un concesionario único.

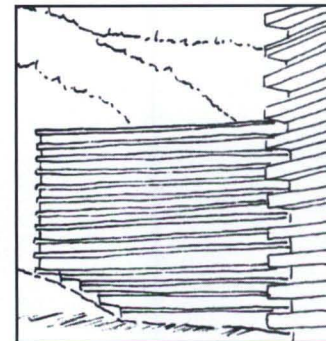
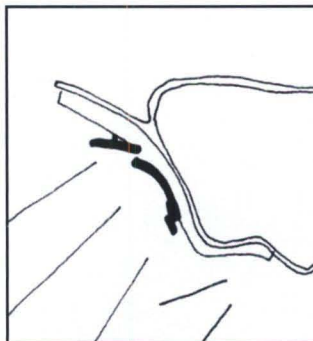
- **Estructura viaria:** Estas estaciones conservan los principios urbanos de las estaciones integradas: separación de circulación, envío de coches y del estacionamiento estación abajo, centro neurálgico... La forma de la calle tradicional es restaurada para el paseo y para su atractivo comercial.
- **Parcelado:** Lo parcelado de esas operaciones generales se ha configurado en función de las necesidades inmobiliarias.
- **Edificado:** Las construcciones se reagrupan en aldeas y se inspiran de la arquitectura del patrimonio edificado tradicional.
- **Espacios libres:** Los bloques edificados y las variaciones de alineación delimitan el espacio público, deseado pintoresco.

Génération 3

Super dévoluy - Hautes-Alpes (05)

Altitude 1500 - 2500 m

2/3 résidents - 5000 lits



- **Parcellaire:** le parcellaire est établi en fonction des caractéristiques des constructions. Il laisse peu de terrain en dehors de l'emprise du bâti.
- **Bâti:** le bâtiment linéaire de la station intégrée délimite à l'extrême les zones réservées aux voitures et aux skieurs. La forme incurvée met en place la vue, l'ensoleillement, l'ouverture sur la grenouillère.
- **Espaces libres:** exception faite des espaces conçus autour du piéton comme les galeries couvertes, l'espace public n'est pas à l'échelle humaine.

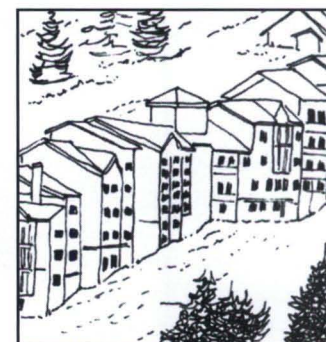
La 4^e génération de stations (exemple de la station de Valmorel, Savoie, 1400-2550 m)

Génération 4

Valmorel - Savoie (73)

Altitude 1400 - 2550 m

238 résidents - 8500 lits



- Las principales estaciones de montaña francesas fueron creadas ex nihilo.

Courchevel:	(32.000 Plazas)	1945
La Plagne:	(50.000 Plazas)	1960
Les Menuires	(25.000 Plazas)	1963
Gourette	(8.000 Plazas)	1967
Les Arcs	(30.000 Plazas)	1968

El Estado edificó la mayoría de estas ciudades en lugares no habitados

- Salvo excepciones como: Chamonix, Megève, Val d'Isère, Luchon.

La unidad en la concepción del proyecto produce una estructura espacial idéntica a todas esas estaciones turísticas, poco diferenciadas

La unidad en la concepción del proyecto ha producido una estructura espacial poco diversificada: la estación está situada a pie de pista, «recibe» todos los descensos de pistas en un anfiteatro equipado de una red de tele-arrastres colocada en estrella desde de la urbanización central, asegurando la separación entre dos tipos de circulación: abajo la del

automovilista, arriba la del esquiador. Estas estaciones conocieron un éxito evidente hasta principios de los años 75. Doscientos kilómetros cuadrados fueron acondicionados en las montañas, diez estaciones creadas ex nihilo cuyas mas conocidas son La Plagne, Avoriaz, Tignes, Isola 2000, Piau-Engaly...

La temporada alta no llena todavía

- Ampliar la temporada no es prioritario ya que incluso en temporada alta no se llena al 100%. Durante los 4 meses de actividad del 15 de diciembre al 15 de abril, el número de visitantes por periodo no es óptimo. La primera preocupación es nivelar más de los 4 meses para rentabilizar mejor los alojamientos.

Ocupación durante la temporada de invierno en Francia

La ocupación media de las estaciones de montaña en invierno es inferior al 50%.

La «4^e generación», qui suit en donnant la part belle à l'investissement privé, adapte cette intégration selon les cas locaux avec un effort notamment sur le plan qualitatif. La station intégrée se caractérise d'abord par son site: généralement en amphithéâtre, il offre des dénivelés supérieurs à 1000 mètres et situés à une altitude d'au moins 1600 m. Cette situation leur assure un niveau et une qualité d'enneigement garantis pendant au moins quatre mois. Situés au-dessus des zones habitées, ces sites offrent l'avantage d'appartenir à un faible nombre de propriétaires ce qui facilite l'achat des terrains pour la maîtrise de la station par un concessionnaire unique.

- **Structure viaire:** ces stations conservent les principes urbains des stations intégrées: séparation des circulation, rejet des voitures et du stationnement à l'aval de la station, grenouillère... La forme de la rue traditionnelle est recomposée pour la déambulation et son attractivité commerciale.
- **Parcellaire:** le parcellaire de ces opérations d'ensemble a été configuré en fonction des besoins immobiliers.
- **Bâti:** les constructions sont regroupées en hameaux et s'inspirent de l'architecture du patrimoine bâti traditionnel.
- **Espaces libres:** les volumes bâtis et les variations d'alignement délimitent l'espace public, souhaité pittoresque.

■ Les grandes stations de montagne ont été créées ex nihilo

Courchevel	(32.000 Plazas)	1945
La Plagne	(50.000 Plazas)	1960
Les Menuires	(25.000 Plazas)	1963
Gourette	(8.000 Plazas)	1967
Les Arcs	(30.000 Plazas)	1968

El Estado edificó la mayoría de estas ciudades en lugares no habitados

■ Salvo excepciones como: Chamonix, Megève, Val d'Isère, Luchon.

Balace de las ventajas e dificultades operativas modelo francés

Ventajas

- Acondicionamientos coherentes.
- Un crecimiento muy rápido.
- Un tamaño de ciudad suficiente alcanzado rápidamente.

Inconvenientes

- Falta de espíritu y de identidad.
- Actividad única: esquí.
- Ausencia de patrimonio histórico, de cultura local, de vida de pueblo...
- Ciudades fantasma fuera de temporada...

Desde el principio esta concepción urbana fue denigrada

Su estructura espacial está poco diversificada, mal integrada a la montaña

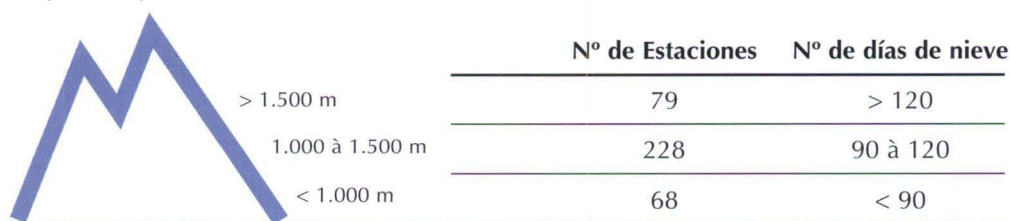
Estas «estaciones tipo champiñón» son criticadas desde el principio, y se ampliarán a lo largo de los años 1970. El

ambiente urbano, **burgués** de estancia está desacreditado. A las poblaciones locales les cuesta integrarse en un proceso de desarrollo muy rápido. En la creación, en los años 60, de estaciones integradas *ex nihilo* se destaca perfectamente la gran necesidad de los modos de consumo urbanos en la producción del ordenamiento. Estas estaciones concebidas, realizadas y gestionadas por un único promotor deseaban responder a una preocupación de rentabilidad económica y financiera. Se trataba, según los diseñadores, de someter la oferta a la demanda racionalizando al máximo los modos de ocupación del espacio. A partir de ese imperativo económico, se utilizaron los principios de ordenación: los lugares elegidos se sitúan en altitud muy elevada, a nivel de los pastos, expuestos al Norte o Nordeste para beneficiarse de nieve abundante y de buena calidad permitiendo alargar la temporada al máximo; la arquitectura respondía al modo de consumo dominante, de tipo urbano con torres, galerías comerciales, aparcamientos subterráneos a fin de rentabilizar el espacio y de sacar partido a los escasos rellanos disponibles para albergar los más numerosos turistas posible (en la estación de los Arcs, 5000 camas han sido acondicionadas sobre 250 metros lineales y diez niveles).

L'unicité de la maîtrise d'ouvrage produit une structure spatiale identique à toutes ces stations touristiques, peu différenciée

L'unicité de la maîtrise d'ouvrage a produit une structure spatiale peu diversifiée: la station est située en pied de piste, elle "reçoit" toutes les descentes de pistes dans un amphithéâtre équipé d'un réseau de remontepentes disposé en étoile à partir de l'urbanisation centrale, assurant la séparation entre deux types de circulations : en aval, celle de l'automobiliste, en amont, celle du skieur. Ces stations connurent un réel succès jusqu'à l'aube des années 75. Deux cent kilomètres carrés furent aménagés en montagne, dix stations créées ex nihilo dont les plus connues sont La Plagne, Avoriaz, Tignes, Isola 2000, Piau-Engaly...

- Le premier problème urbain de ces stations est lié à leur mono activité.



Solo un 20% de las estaciones tiene garantizada la nieve durante 4 meses (lo que significa el 80% de la actividad).

A haute saison ne remplit pas encore

- Ampliar la temporada no es prioritario ya que incluso en temporada alta no se llena al 100%. Durante los 4 meses de actividad del 15 de diciembre al 15 de abril, el número de visitantes por periodo no es óptimo:

Pre-temporada y Navidad	15%
Enero	27%
Vacaciones de Invierno	39%
Marzo / Abril	19%

(Datos relativos a toda Francia)

La primera preocupación es nivelar más de los 4 meses para rentabilizar mejor los alojamientos.

Su modelo urbano que envejece mal

Ese modelo conlleva riesgos: envejece con el sistema económico y social que lo ha producido, y el sistema de los valores venideros ponen a menudo en tela de juicio partes enteras de la producción turística. El caso actual de las estaciones termales lo demuestra con un ejemplo a veces patético (estaciones de Eaux Bonnes, en los Pirineos).

A eso, conviene añadir los problemas medioambientales (frecuentaciones en exceso de algunos parajes, conflictos de uso, construcciones poco agradables, atentados contra el paisaje), la deriva financiera de algunos municipios ligados a la mala apreciación económica y financiera de los proyectos (inversiones infravaloradas, falta de fondos propios iniciales, reparto desequilibrado de los gastos entre el sector público y el privado), la competencia cada vez mas fuerte entre los destinos, los avatares de la nieve.

Nada debía detener su desarrollo, pero desde los años 1970, esas estaciones dan origen a numerosas controversias. Sus detractores las han acusado de desfigurar el medioambiente. De constituir «entidades artificiales», «bloques de hormigón». La réplica de la vida en la montaña ya no gusta: los turistas buscan un poco de evasión, de cambio de aires. El modo de funcionamiento de las estaciones de altitud es percibido como

demasiado rígido. Además, su configuración les deja poco margen para evolucionar y realizar importantes modificaciones exteriores, espacios públicos, construcción o ampliación de edificios. No obstante, las transformaciones internas son también difíciles en la medida en que las construcciones pertenecen a multitud de propietarios privados que no son necesariamente propensos a invertir en sus viviendas.

A partir de los años 1970, la conciencia del medioambiente en la ordenación de la montaña se amplía. Los excesos de la urbanización turística de la montaña y el Plan Nieve son objeto de una mirada crítica. Efectivamente, la ordenación de las estaciones y de las pistas de esquí a golpe de buldózer ha transformado profundamente el medio a través de una tala masiva, utilización de explosivos, eliminación de montículos, instalación de drenajes subterráneos y a veces hasta la retirada de la capa de tierra vegetal.

La rentabilidad del alojamiento es a menudo escasa para pequeñas y medianas estaciones

La escasa rentabilidad de las estaciones creadas de cabo a rabo, que solo funcionan unos meses y la ausencia de servi-

Remplissage moyen des stations de sports d'hiver en France

	Station en altitude	Moyenne montagne
Avant saison	15%	5%
Noël/Nouvel an	65%	45%
Janvier	45%	21%
Vacances d'hiver	68%	44%
Mars/Avril	60%	29%
Remplissage hiver	51%	27%

Fuente: Encuesta anual COMETE para la ANEM.

La ocupación media de las estaciones de montaña en invierno es inferior al 50%.

Bilan des atouts et des difficultés opérationnelles du modèle français

Ventajas

- Acondicionamientos coherentes.
- Un crecimiento muy rápido.
- Un tamaño de ciudad suficiente alcanzado rápidamente.

Inconvenientes

- Falta de espíritu y de identidad.
- Actividad única: esquí.
- Ausencia de patrimonio histórico, de cultura local, de vida de pueblo...
- Ciudades fantasma fuera de temporada.

cios elementales incrementan el malestar. La misión SAU-NIER sobre la seguridad (tras el alud catastrófico de la estación de Val d'Isère en 1970), la normativa de 1977 sobre la protección del medioambiente (discurso de Vallouise del Presidente Giscard d'Estaing), la ley montagne de 1985 (dominio del desarrollo para las colectividades locales) vienen jalonando una *mejor integración del urbanismo al proyecto local*. La crisis por la falta de nieve en los años 1990 (plan de recuperación del turismo de montaña, llamado plan Baylet en 1991), acompañada por la crisis Inmobiliaria de 1988 a 1999 pone en tela de juicio el modelo de desarrollo para el equipamiento y la urbanización.

La cantidad de camas por estación es muy variable según los países y los macizos. Es superior en Francia (30 a 45.000 camas en las grandes estaciones) que en los demás países europeos (una media de 20.000 en Suiza, 15.000 en Austria) puesto que esos países han favorecido el alojamiento de alquiler mientras que Francia animaba la residencia en propiedad. La tasa de ocupación y el volumen de negocios de las estaciones suizas y austriacas es por lo tanto más elevada: 114 pernoctaciones /año/cama en el Tyrol, 48 en Saboya. En el Tyrol, 58% de las camas están en hoteles, 8% en Saboya.

Mono-actividad = ausencia de usos variados = poca o ninguna ocupación permanente. Ahora bien, no se puede ampliar la temporada de nieve.

la mayoría de las estaciones de montaña francesas se edificaron para los deportes de invierno sin embargo, la apuesta económica es crucial...

En Francia, el turismo de montaña¹ representa más de 11 mil millones de Euros sobre un consumo turístico interior global de 87 mil millones de Euros (12%). El presupuesto global para la estancia de una semana de esquí en la montaña por hogar se eleva a 1.370 € en 2002. Esos presupuestos que corresponden al valor de un bien de equipamiento son pues considerables. El consumo turístico interior sobre este espacio se estima a 19 mil millones de euros.

Los poderes públicos deben tratar el problema del envejecimiento de estas estaciones pues las expectativas de la clientela han evolucionado

Así como en el medio rural, y teniendo en cuenta las estadísticas disponibles, podemos notar un declive de la afluencia

Dès l'origine, cette conception urbaine était décriée

Sa structure spatiale est peu diversifiée, mal intégrée à la montagne

Ces «stations champignons» font l'objet de critiques, dès le départ, qui s'amplifieront au cours des années 1970. L'ambiance urbaine, **bourgeoise** de séjour est décriée. Les populations locales ont du mal à s'intégrer dans un processus de développement très rapide. La création, dès les années 60, de stations intégrées *ex nihilo* illustre parfaitement la très grande prise en compte des modes de consommation urbains dans la production de l'aménagement. Ces stations conçues, réalisées et gérées par un promoteur unique souhaitaient répondre à un souci de rentabilité économique et financière. Il s'agissait, dans l'esprit des concepteurs, de soumettre l'offre à la demande en rationalisant au maximum les modes d'occupation de l'espace. De cet impératif économique, on tira des *principes d'aménagement*: les sites choisis se situent en très haute altitude, au niveau des alpages, exposés au Nord ou Nord-Est afin de bénéficier d'un enneigement abondant et de bonne qualité permettant d'étendre au maximum la saison; l'architecture répondait au mode de consommation dominant, de type urbain avec tours, galeries marchandes, parkings souterrains afin de rentabiliser l'espace et de tirer partie des rares replats disponibles pour héberger le plus possible de touristes (aux Arcs, 5000 lits ont été aménagés sur 250 mètres linéaires et dix niveaux).

Son modèle urbain vieillit mal

Ce modèle n'est pas sans risques: il vieillit avec le système économique et social qui l'a produit, et le système des valeurs à venir remet souvent en cause des pans entiers de la production touristique. Le cas actuel des stations thermales en fournit un exemple parfois pathétique (stations des Eaux Bonnes, dans les Pyrénées).

Photos des Eaux-Bonnes. A cela, il convient d'ajouter les problèmes environnementaux (surfréquentation de certains sites, conflits d'usage, constructions disgracieuses, atteintes aux paysages), la dérive financière de certaines communes liées à la mauvaise appréciation économique et financière des projets (investissements sous-évalués, manque de fonds propres initiaux, partage non équilibré des charges entre secteur public et secteur privé), la concurrence de plus en plus vive entre les destinations, les aléas de l'enneigement.

Rien ne devait enrayer leur essor, mais depuis les années 1970, ces stations sont donc à l'origine de nombreuses controverses. Leurs détracteurs les ont accusées de défigurer l'environnement, de constituer des «entités artificielles», des «blocs de béton». La réplique de la vie urbaine à la montagne ne plait plus: les touristes recherchent un peu d'évasion, de dépaysement. Le mode de fonctionnement des stations d'altitude est perçu comme trop rigide. De plus, leur configuration leur laisse peu de marge pour évoluer et réaliser d'importantes

turística en zonas de montaña a través de algunos indicios. Así, el reparto de las pernoctaciones o de las estancias según el tipo de espacio frecuentado indica que en el 2000 la montaña ha sido, en Francia, el cuarto destino después de la ciudad, el mar, el campo². En cambio, las cifras publicadas en 1997 por el servicio de Estudios y de Ordenamiento Turístico de la montaña (SEATM), según una metodología estadística muy diferente de la encuesta SOFRES, sitúan la montaña en el segundo puesto de las **estancias** de vacaciones después del mar, en igualdad de rango con el campo y por delante de la ciudad.

Los propietarios o inquilinos buscan ante todo la buena convivencia y pisos más grandes

Los compradores, que sea para su propio uso o para alquilar, buscan ante todo la convivencia y pisos más grandes: en los años 1960-1970, se construían estudios por decenas de miles. En la época, estaba de moda. Todo el mundo quería su pequeño hogar en la montaña, aunque debían apretarse cinco o seis en menos de 20 metros cuadrados. Hoy, el apartamiento al pie de las pistas está completamente olvidado.

Hay centenares que se venden en cada estación y es muy difícil encontrar compradores. Es además para adaptarse a las nuevas expectativas de los turistas, que las viviendas nuevas construidas desde hace ya unos años ofrecen pisos equivalentes (estudio, con 2 habitaciones, 3...) con superficies se 15 a 20% superiores a las propuestas treinta años atrás. Por consiguiente, constatamos una ausencia de dominio del parque de alojamiento a nivel cuantitativo y cualitativo en pequeña y mediana montaña, así como muy poca diversificación de la oferta, una discordancia entre voluntad exacerbada de promoción y calidad del receptivo existente.

Este nuevo enfoque cuestiona la gestión uniforme de las «factorías de esquí»

El entusiasmo por el esquí está muy ligado al crecimiento económico de los años 60-75 primero, y a la reanudación a partir del año 2000. Los promotores de las estaciones no encontraron pues ninguna dificultad en la comercialización de su producción urbana, trazando en ese sentido, por efecto de semejanza, las estaciones tradicionales, antiguas, o pequeñas, a menudo peor situadas, profesionalmente y económica-

modifications extérieures, espaces publics, construction ou agrandissement de bâtiment. Toutefois les transformations internes sont également difficiles dans la mesure où les constructions appartiennent à une multitude de propriétaires privés qui ne sont pas forcément enclins à investir dans leurs logements.

A partir des années 1970, la prise en compte de l'environnement dans l'aménagement de la montagne s'amplifie. Les excès de l'urbanisation touristique de la montagne et le Plan Neige font l'objet d'un regard critique. En effet, l'aménagement des stations et des domaines skiables à grand coup de bulldozer a profondément transformé le milieu par un déboisement massif, l'utilisation d'explosif, l'effacement des bosses, la pose de drains souterrains et même parfois le retrait de la couche de terre végétale.

la rentabilité de l'hébergement est souvent médiocre pour les stations de taille petite et moyenne

La médiocre rentabilité des stations créées de toutes pièces, ne fonctionnant que quelques mois, l'absence de services élémentaires rajoutent au malaise. La mission SAUNIER sur la sécurité (suite à l'avalanche catastrophique de Val d'Isère de 1970), la directive de 1977 sur la protection de l'environnement (discours de Vallouise du Président Giscard d'Estaing), la loi montagne de 1985 (maîtrise du développement par les collectivités locales) vont jalonner une *meilleure intégration de l'urbanisation au projet local*. La crise d'enneigement dans les années 1990 (plan de relance du tourisme de montagne, dit plan Baylet en 1991), accompagnée par la crise de l'immobilier de 1988 à 1999 remet en cause le modèle de développement par l'équipement et l'urbanisation.

Le nombre de lits par station est très variable selon les pays et les massifs. Il est supérieur en France (30 à 45.000 lits dans les grandes stations) que dans les autres pays européens (20.000 en moyenne en Suisse, 15.000 en Autriche) parce que ces pays ont favorisé l'hébergement locatif alors que la France privilégiait la résidence en pleine propriété. Le taux d'occupation et le chiffre d'affaires des stations suisses et autrichiennes est d'autant plus élevé: 114 nuitées/an/lit au Tyrol, 48 en Savoie. Au Tyrol, 58% des lits sont situés en hôtel, 8% en Savoie.

mono activité = pas d'usages variés = peu ou pas d'habitat permanent
Or, on ne peut plus agir sur l'extension de la saison
la plupart de stations de montagne françaises ont été bâties pour les sports d'hiver...
pourtant, l'enjeu économique est crucial pour la montagne

En France, le tourisme en montagne¹ représente plus de 11 milliards d'€ sur une consommation touristique intérieure globale de 87 milliards de d'€ (12 %). Le budget global pour un séjour d'une semaine aux sports d'hiver par foyer s'établit à 1.370 € en 2002. Ces budgets qui correspondent à la valeur d'un bien

mente más frágiles. Además, el aumento del precio de la energía implica un aumento del coste de explotación de las estaciones, una inflexión del auge de la demanda; las estaciones mal dotadas, con fuerte competencia contra las mas grandes ven su parte del mercado reducirse. La morosidad alcanza el sector sensible de las finanzas municipales de las pequeñas y medianas estaciones.

El aumento de las vacaciones por el hecho de la reducción del tiempo de trabajo a 35 horas semanales actual, ha repercutido sobre el número y la duración de las estancias. Son de ahora en adelante mas cortas, inferiores a 4 días/3 noches (en el 2000, 32,9% de las estancias en montaña en invierno son estancias cortas contra 30% en 1996/1997) pero mas frecuentes. (Las cifras clave del turismo de montaña en Francia, SEATM, 2002). Las 35 horas han permitido a algunos concederse largos fines de semana que están ya considerados como mini-vacaciones. Las centrales de reserva que casi solo proponen estancias de una semana ya no están adaptadas a esta demanda. Pero el esquí es una actividad costosa. Ahora bien el poder adquisitivo de las parejas ha disminuido, las diferencias entre las clases sociales se han acentuado y el fabuloso auge de la afluencia ha alcanzado su tope. La ideología del « todo esquí » ha evolucionado; la clientela desea disponer de una oferta de vaca-

ciones de invierno en montaña más diversificada, aportándole otras opciones de actividades más baratas y menos deportivas que el esquí y productos mejor adaptados a su deseo.

Los municipios turísticos padecen la crisis económica desde hace casi veinte años: 200 de las 400 estaciones francesas están estructuralmente en situación financiera difícil. Las modificaciones en la gestión territorial del turismo de deportes de invierno son la consecuencia de reestructuraciones realizadas por concentración del capital, por compra de sociedades privadas (*LYONNAISE DES EAU, COMPAGNIE DES ALPES*) o bien sociedades de economía mixta, cambio de capitales, y también –más raramente– liquidación pura y simple; a partir de 1989, el *STEAM* ha tenido que reflexionar sobre la gestión de los baldíos turísticos.

La actuación en la rehabilitación de las viviendas turísticas. A partir de 1989, parece necesario renovar el parque inmobiliario y los espacios públicos

Desde 1989, efectivamente, el consultorio *SEMA-METRA* ha trabajado a petición del *SEATM*, sobre el estado de la demanda en Francia. Las conclusiones del estudio fueron inapela-

d'équipement sont donc conséquents. La consommation touristique intérieure sur cet espace est estimée à plus de 19 milliards d'€.

Les pouvoirs publics doivent traiter le problème urbain de ces stations lié au vieillissement de leur usage Car les attentes de la clientèle ont évolué

Comme pour le milieu rural et compte tenu des statistiques disponibles, on peut noter une érosion de la fréquentation touristique en zone de montagne à travers un certain nombre d'indices. Ainsi, la répartition des nuitées ou des séjours selon le type d'espace fréquenté indique qu'en 2000 la montagne serait devenue en France la quatrième destination après la ville, la mer, la campagne². Par contre, les chiffres publiés en 1997 par le Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne (SEATM), selon une méthodologie statistique très différente de l'enquête SOFRES placent la montagne au deuxième rang des séjours de vacances après la mer, à égalité avec la campagne et devant la ville.

Les acquéreurs ou locataires cherchent avant tout la convivialité et des appartements plus grands

Les acquéreurs, que ce soit pour leur propre usage ou pour louer, recherchent avant tout la convivialité et des appartements plus grands: dans les années 1960-1970, on construisait des studios par dizaines de milliers. A l'époque, c'était à la mode. Tout le monde voulait son petit chez soi à la montagne, quitte à se serrer à cinq ou six dans moins de 20 mètres carrés. Aujourd'hui, le studio au pied des pistes est complètement boudé. Il y en a des centaines à vendre dans chaque station et on a le plus grand mal à trouver des acheteurs. C'est d'ailleurs pour s'adapter aux nouvelles attentes des vacanciers que les logements neufs construits depuis déjà quelques années offrent, à appartement équivalent (studio, F2, F3...) des surfaces de 15 à 20% supérieures à celles proposées il y a une trentaine d'années. En conséquence, on constate en petite et moyenne montagne une absence de maîtrise du parc d'hébergement au plan quantitatif et qualitatif, une très faible diversification de l'offre, une disparité entre volonté exacerbée de promotion et qualité du réceptif existant.

Cette approche nouvelle remet en question la gestion uniforme des «usines à ski»

L'engouement pour le ski est très lié à la croissance économique des années 60-75 d'abord, puis à la reprise des années 2000. Les promoteurs des stations ne rencontrèrent donc aucune difficulté dans la

bles: «en el entusiasmo general, se ha construido mucho y demasiado a menudo sobre el mismo modelo». Ahora bien «la demanda de deportes de invierno, si no está detallada periodo por periodo, conduce a un equipamiento sobredimensionado». La misma operación se ha hecho a través del consultorio H.T.L. que subrayaba la evolución de la demanda y la continuidad de los modos de producción de la oferta «en donde se pone énfasis en el equipamiento de tele-arrastres y en el volumen de los programas inmobiliarios». El desequilibrio estaba pues previsto: «el equipamiento debe adaptarse a la evolución de la demanda, es decir aproximadamente 20 000 camas por año con 5 000 normalizadas. La selección de proyectos debe hacerse tras estudios fundados sobre mercados potenciales. La prioridad debe concederse a la reforma o reestructuración de lo que ya existe en vez de a la creación de estaciones ex nihilo».

Hoy en día, los emplazamientos construidos necesitan una acción de modernización y de reconquista. El estado debe acompañar y favorecer los proyectos de reforma de las estaciones cuya creación alentó en otro tiempo. Además, al estado le interesa apoyarlos porque esos trámites de rehabilitación podrán repercutir sobre la cantidad de afluencia turística nacional y así participar en el restablecimiento de la oferta francesa

en el campo de los destinos europeos con fuerte competencia (particularmente desde que las comparaciones de tarifas se hacen mediante la instauración de la moneda única). Ahora bien, las colectividades locales son a veces demasiado limitadas para hacer frente, solas, a una renovación ambiciosa de su herramienta turística. En ese caso, El Estado constituye un apoyo indispensable.

Habrà que esperar 10 años para que el legislador francés...

La toma de conciencia de la apuesta sobre la renovación de las estaciones turísticas francesas se hace gradualmente a nivel nacional. Primero durante el coloquio de Chambéry en octubre de 1996 donde emerge la problemática de la renovación de las estaciones.

Tras este coloquio, se emprenden obras por parte de grupos de trabajo nacionales temáticos. Tres proposiciones se destacan:

- Definir y poner en marcha un programa nacional de rehabilitación del inmueble turístico, susceptible de inducir hasta 15 000 rehabilitaciones de amueblados antiguos por año a escala de Francia.

comercialización de su producción urbana, tirando en esta vía, por efecto de mimetismo, las estaciones tradicionales, las estaciones antiguas, o de pequeña talla, a menudo menos bien situadas, profesionalmente y financieramente más frágiles. Por otra parte, el aumento del coste de la energía provoca un aumento del coste de explotación de las estaciones, una inflexión de la demanda; las estaciones mal dotadas, fuertemente competidas por los grandes sitios ven su parte de mercado disminuir. El morosidad gana el sector sensible de las finanzas municipales de las pequeñas y medianas estaciones.

Por una parte, el aumento de los días de trabajo debido a la reducción del tiempo de trabajo hasta las 35 horas semanales actuales, se repercute sobre el número y la duración de los viajes. Ellos son ahora más cortos, inferiores a 4 días/3 noches (32,9% de los viajes a la montaña en invierno en 2000 son de corta duración frente al 30% en 1996/1997) pero más frecuentes. (Los datos clave del turismo de montaña en Francia, SEATM, 2002).

Las 35 horas han permitido a algunos darse un largo fin de semana. Los fin de semana ya se consideran como unas mini-vacaciones. Las centrales de reserva que no proponen casi que los viajes de una semana ya no están adaptados a esta demanda.

Más el esquí es una actividad costosa. Pero el poder adquisitivo de los hogares ha disminuido, los huecos entre las clases sociales se han profundizado y el espectacular aumento de la afluencia ha llegado a su madurez. La ideología del «todo esquí» ha evolucionado; la clientela quiere disponer de una oferta de vacaciones de invierno en montaña más diversificada, que les aporte otras opciones de actividades menos costosas y menos deportivas que el esquí y productos mejor adaptados a sus deseos.

Las comunas turísticas sufren la crisis económica desde ya hace dos décadas: 200 de las 400 estaciones francesas están estructuralmente en situación financiera difícil. Las modificaciones en la gestión territorial del turismo de deportes de invierno son el resultado de reestructuraciones, realizadas por concentración de capital, compra por sociedades privadas (*LYONNAISE DES EAUX*, *COMPAGNIE DES ALPES*) o sociedades de economía mixta, cambio de capitales, o incluso - más raramente - liquidación pura y simple; a partir de 1989, la SEATM ha sido así llevada a reflexionar sobre la gestión de las zonas turísticas.

L'opération de réhabilitation de l'immobilier de loisir. Dès 1989, il apparaît nécessaire de rénover le parc immobilier et les espaces publics

Desde 1989 en efecto, el gabinete SEMA-METRA ha trabajado, sobre encargo de la SEATM, sobre el estado de la demanda en Francia. Las conclusiones de la investigación fueron sin apelación: «*dans l'enthousiasme général, on a*

- Crear operaciones programadas de rehabilitación en el sector turístico, llevadas a cabo en centros urbanos inspirándose en la OPMV (Operación Programada de Mejora de la Vivienda).

Sin embargo, tres tendencias de peso son señaladas por encuestas sociológicas³ efectuadas en algunas estaciones:

- La conservación de la clientela vinculada al sitio se hace a través de la adquisición de segundas residencias; este punto es preocupante cuando se sabe la importancia que tradicionalmente ocupa el alquiler en montaña (17,2% de los modos de alojamiento frente al 9,4% en la media nacional) y la frecuencia menor de segundas residencias con el 37% de alojamiento no comercial frente al 56,5% para el conjunto de los espacios turísticos;
- La clientela nueva, a menudo de nacionalidad extranjera, está cada vez más atenta a factores de ordenamiento: comodidad de las instalaciones (modernidad del parque de alojamiento, de los tele-arrastres), funcionalidad de las estaciones (vínculos entre las estaciones).
- Los visitantes que realizan estancias cortas o visitas de un día son cada vez más numerosos.

Desde el 2001, las estaciones turísticas pueden rehabilitar su parque.

Desde el 2001, las colectividades locales disponen de una «caja de herramientas» bastante completa que les permite programar y financiar proyectos de renovación a gran escala. Este nuevo dispositivo legislativo contiene dos medidas principales. La primera es un artículo de la ley de Solidaridad y Renovación urbana votada en diciembre del 2000: su artículo 186 oficializa las operaciones de rehabilitación del inmueble de ocio (ORIL y PRT, ver capítulo 1 el párrafo dedicado a las segundas residencias; este punto será desarrollado un poco más adelante). Creadas por decisión del consejo municipal, esas estructuras tienen como finalidad mejorar, en el perímetro determinado, la oferta cualitativa de las viviendas de alquiler destinadas a los clientes turísticos y el personal de temporada, así como mantener o desarrollar la oferta de proximidad. Implantadas sobre el mismo modelo que las operaciones programadas de mejora de la vivienda (OPMV), las ORIL sirven para dinamizar zonas turísticas antiguas como las estaciones balnearias, de montaña o termales. Por otra parte, una orden legislativa del 19 de julio 2001 crea el pueblo de turismo residencial (PTR) en el perímetro de la ORIL. Este

beaucoup trop construit et trop souvent sur le même modèle». Or «la demande de sports d'hiver, si elle n'est pas détaillée période par période, conduit à un surdimensionnement de l'équipement». Le même constat a été posé par le cabinet H.T.L. qui soulignait l'évolution de la demande et la continuité des modes de production de l'offre «où l'accent est d'abord mis sur l'équipement en remontées mécaniques et le volume des programmes immobiliers». Le déséquilibre était donc prévu: «l'équipement doit s'adapter à l'évolution de la demande soit environ 20 000 lits par an dont 5 000 banalisés. La sélection des projets doit se faire après des études fondées sur des marchés potentiels. La priorité doit être accordée à la rénovation ou restructuration de l'existant plutôt qu'à la création de stations ex nihilo».

Les sites construits nécessitent aujourd'hui une action de modernisation et de reconquête. L'Etat se doit donc d'accompagner et de favoriser les projets de rénovation des stations dont il a autrefois encouragé la création. En outre, l'Etat a tout intérêt à apporter son soutien car ces démarches de réhabilitation pourront se répercuter sur les chiffres de fréquentation touristique nationale et participer ainsi au repositionnement de l'offre française dans le champ des destinations européennes fortement concurrentielles (en particulier depuis que les comparaisons tarifaires sont facilitées par la mise en place de la monnaie unique).

De plus, il s'agit de résoudre des questions préoccupantes d'aménagement et d'urbanisme des stations qui doivent faire face au vieillissement, à l'obsolescence de leur patrimoine et au manque de mise en marché. En effet, de nombreux hébergements privés en station de montagne ne sont pas dans le système locatif (agence immobilière, centrale de réservation...) et sont donc peu ou pas loués entraînant une politique de "volets clos".

Or, les collectivités locales sont parfois trop restreintes pour faire face seules à une rénovation ambitieuse de leur outil touristique. Dans ce cas, l'Etat constitue un appui indispensable.



Il faudra 10 ans pour que le législateur français...

La prise de conscience de l'enjeu de la rénovation des stations touristiques françaises se fait graduellement au niveau national. D'abord lors du Colloque de Chambéry en octobre 1996 où la problématique de la rénovation des stations émerge.

Suite à ce Colloque, des travaux sont entrepris par des groupes de travaux nationaux thématiques. Trois propositions en sont ressorties:

- Définir et mettre en oeuvre un programme national de la réhabilitation de l'immobilier touristique, susceptible d'induire jusqu'à 15 000 rénovations de meublés anciens par an à l'échelle de la France.
- Créer des opérations programmées de réhabilitation en secteur touristique, s'inspirant des OPAH (Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat) menées en centres urbains.
- Définir un nouveau concept locatif: un parc immobilier rénové diffus, commercialisé pendant 9 ans minimum de manière professionnelle.

Cependant, trois tendances lourdes sont relevées par des enquêtes sociologiques³ effectuées dans certaines stations:

- La fidélisation de la clientèle attachée au site se fait par l'acquisition de résidences secondaires; ce point est préoccupant lorsqu'on connaît la place importante qu'occupe traditionnellement la location en montagne (17,2% des modes d'hébergement contre 9,4% en moyenne nationale) et la fréquence moindre de résidences secondaires avec 37% de l'hébergement non marchand contre 56,5% pour l'ensemble des espaces touristiques.
- La clientèle nouvelle, souvent de nationalité étrangère, est de plus en plus attentive à des facteurs d'aménagement: confort des installations (modernité du parc d'hébergement, des remontées mécaniques), fonctionnalité des stations (liens entre les stations).
- Les visiteurs effectuant de courts séjours ou même des visites à la journée sont de plus en plus nombreux.

Depuis 2001, les stations touristiques peuvent réhabiliter leur parc

Depuis 2001, les collectivités locales disposent d'une «boîte à outils» assez complète leur permettant de programmer et de financer des projets de rénovation à grande échelle. Ce nouveau dispositif législatif tient en deux mesures phares. La première est un article de la loi Solidarité et Renouvellement urbain votée en

pueblo propone a la clientela instalaciones conservadas en buen estado general así como en buenas condiciones de acogida y de competencias profesionales. El PTR se distingue por la instalación de un cartel situado en el exterior de los locales comunes permitiendo así tener conocimiento de su clasificación (una a cinco estrellas).

1° Objetivo: fomentar el aumento de las viviendas de alquiler

La sección II del código de urbanismo prevé de ahora en adelante, con esta ley, operaciones de ordenamiento (Operación de rehabilitación del inmobiliario de ocio) para mejorar el parque inmobiliario turístico, los espacios públicos, el estacionamiento, los equipos de infraestructura y el tratamiento del medioambiente. Sus objetivos son el procedimiento de creación y la financiación. Además de la mejora de la organización urbana por tratamiento y recalificación de los espacios públicos, la ORIL permite a las colectividades locales dar ayudas a las personas encargadas de las obras de rehabilitación y de la puesta en el mercado del parque de alquiler. Esta incitación a los propietarios para que emprendan obras de rehabilitación puede ayudar a adaptar los pisos a las necesi-

dades de los clientes. Sin embargo, la experiencia demuestra que las municipalidades, poco propensas a lanzarse completamente en los trámites y que no emprenden el proceso por voluntad propia se encuentran con muchas dificultades con los resultados y el seguimiento de la operación⁴.

2° objetivo: favorecer la calidad del alojamiento por medio de una marca: el Pueblo Residencial de Turismo: PRT

Con el fin de acercar la oferta a la demanda actual, Francia se ha comprometido desde los años 1990 a una política de calidad en materia de turismo: calidad de servicio, de acogida, de alojamiento y de equipamiento, del producto «estación» en su conjunto.

El nuevo producto turístico que constituye el pueblo residencial de turismo pretende reunir tres condiciones: la rehabilitación y la comercialización deben realizarse por un explotador único (lo que obliga a concebir la gestión y la puesta en el mercado antes de la definición del programa, es decir vincular estrechamente la producción con la comercialización), los propietarios deben cerrar con el explotador un contrato de alquiler de al menos nueve años. Una clasificación rigurosa

décembre 2000: son article 186 officialise les opérations de réhabilitation de l'immobilier de loisirs (ORIL et VRT, voir au chapitre 1 le paragraphe consacré aux résidences secondaires; ce point sera développé un peu plus loin). Créées par délibération du conseil municipal, ces structures ont pour vocation d'améliorer, dans le périmètre déterminé, l'offre qualitative des logements locatifs à destination des clientèles touristiques et du personnel saisonnier ainsi qu'à maintenir ou à développer l'offre de proximité. Créées sur le même modèle que les opérations programmées d'amélioration de l'habitat (OPAH), les ORIL servent à redynamiser des zones touristiques vieillissantes comme les stations balnéaires, montagnardes ou thermales. Par ailleurs, un arrêté du 19 juillet 2001 crée le village résidentiel de tourisme (VRT) dans le périmètre de l'ORIL. Ce village propose à la clientèle des installations en bon état d'entretien général ainsi que de bonnes conditions d'accueil et de compétences professionnelles. Le VRT se distingue par l'affichage d'un panneau placé à l'extérieur des locaux communs qui permet ainsi de prendre connaissance de son classement (un à cinq étoiles).

1^{er} objectif: aider à augmenter le parc locatif

La section II du code de l'urbanisme prévoit désormais, depuis cette loi, des opérations d'aménagement (Opération de réhabilitation de l'immobilier de loisir) ayant pour objet l'amélioration du parc immobilier touristique et l'amélioration des espaces publics, du stationnement, des équipements d'infrastructure et du traitement de l'environnement, leurs objectifs, la procédure de création et le financement. Outre l'amélioration de l'organisation urbaine par traitement et requalification des espaces publics, l'ORIL permet aux collectivités locales de donner des aides aux personnes chargées des travaux de réhabilitation et de la mise en marché du parc locatif. Cette incitation aux propriétaires pour qu'ils engagent des travaux de réhabilitation peut aider à adapter les appartements aux besoins des clientèles. Cependant, l'expérience montre que les municipalités peu enclines à se lancer complètement dans la démarche et qui n'engagent pas la procédure d'elles-mêmes rencontrent beaucoup de difficultés dans les résultats et le suivi de l'opération⁴.

2^e objectif: favoriser la qualité de l'hébergement par un label: le Village Résidentiel de Tourisme

Afin de rapprocher l'offre de la demande actuelle, la France s'est engagée depuis les années 1990 dans une politique de Qualité en matière de tourisme; qualité de service, d'accueil, des hébergements et des équipements, du produit «station» dans son ensemble.

permite identificar el producto de alojamiento y de las prestaciones turísticas.

- **Respetando la calidad de vida en la montaña**
- **Condiciones de ventajas naturales**
- **El objetivo de la ORIL es alcanzar un desarrollo turístico sostenible de esas ciudades**

Principios de la actuación

El municipio es el único responsable de la actuación

Porque el programa de actuación es ante todo un **programa de urbanismo**.

A menudo son las municipalidades las que entablan la reflexión sobre la recalificación de su estación y que después garantizan la financiación de las obras. Por ejemplo, el ayuntamiento de Saint Lary Soulan ha subvencionado la nueva estación de tele-arrastre y los nuevos acondicionamientos de carretera del "Pla de Adet".

La ORIL pretende mejorar la imagen de la estación en su conjunto a través de una dinámica unida del patrimonio privado

y de los espacios públicos. Para ofrecer un producto turístico coherente, hay que trabajar en paralelo en todas las prestaciones del producto «estación»: los acondicionamientos y equipos públicos, los comercios, las actividades de ocio, las residencias privadas, los pisos, la calidad de servicio y de acogida.

La actuación recaerá primero sobre los espacios públicos

Concretamente, el proyecto ORIL comprende 2 secciones:

- 1) La reforma de los pisos.
- 2) La renovación de los espacios públicos y del patrimonio privado. de la estación en el sentido amplio.

- **La acogida en tensión.** Mejorar la gestión de los flujos del lugar turístico durante las llegadas, salidas, estacionamientos...
- **La acogida de visitantes.** Mejorar la estética de la estación (lugares de imagen, medios de información al cliente, caminos para peatones, equipamientos de ocio, entorno natural.

Le nouveau produit touristique que constitue le village résidentiel de tourisme suppose que trois conditions soient réunies: la réhabilitation et la commercialisation doit être réalisée par un exploitant unique (ce qui oblige à concevoir la gestion et la mise en marché avant la définition du programme, dont de lier étroitement la production à la commercialisation), les propriétaires doivent conclure avec l'exploitant un contrat de location d'au moins neuf ans, un classement rigoureux permet d'identifier le produit d'hébergement et de prestations touristiques.

- **Respetando la calidad de vida en la montaña**
- **Condiciones de ventajas naturales**
- **El objetivo de la ORIL es alcanzar un desarrollo turístico sostenible de esas ciudades**

Les principes d'intervention

la commune est seule responsable de l'opération

Car le programme d'opérations est d'abord un **programme d'urbanisme**.

Ce sont souvent les municipalités qui engagent la réflexion sur la requalification de leur station et qui ensuite assurent le financement des travaux. Par exemple, la mairie de Saint Lary Soulan a subventionné la nouvelle gare téléphérique et les nouveaux aménagements routiers du Pla d'Adet.

L'ORIL vise à améliorer l'image de la station dans son ensemble par une dynamique conjointe du patrimoine privé et des espaces publics. Pour offrir un produit touristique cohérent, il faut travailler en parallèle sur toutes les prestations du produit «station»: les aménagements et équipements publics, les commerces, les activités de loisirs, les résidences privés, les appartements, la qualité de service et d'accueil.

L'action porte d'abord sur l'aménagement des espaces publics

Concrètement, le projet ORIL comprend 2 volets:

- 1) La rénovation des appartements et du patrimoine privé.
- 2) La rénovation des espaces publics de la station au sens large:

Los espacios públicos tienen efectivamente el mismo tiempo que la estación, y así, a menudo el mismo estilo que las construcciones que soportan. No han evolucionado simultáneamente al incremento de la capacidad de acogida y de la densidad de ocupación. Su escala, pues, no siempre está adaptada. Además han recibido, desde su acondicionamiento de origen, muchos nuevos elementos: materiales, revestimientos, mobiliarios, edículos, escisiones diversas... sin que sus funciones sean reconsideradas.

La rehabilitación de los espacios públicos requiere un razonamiento prospectivo, una concepción y un programa verdaderamente turísticos, mientras que actualmente solo ocurren, en la mayoría de los casos, a métodos tradicionales de ordenamiento y reordenamiento urbano.

El éxito de la operación que aspira a revalorizar los espacios públicos necesita un reparto armonioso de todos los tipos de uso en la estación, teniendo en cuenta múltiples funciones resultantes de las necesidades de los habitantes permanentes, de las expectativas de los turistas de todo tipo, del deambular de los visitantes, de los programas de animación festiva o permanente y de los problemas de desplazamiento.

La recalificación de los espacios públicos en las estaciones de montaña incluye esencialmente:

- El frente de nieve. Se trata por ejemplo de mejorar la seguridad sin perjudicar la calidad paisajística del lugar. En Piau Engaly, se instalan redes fijas durante toda la temporada de esquí para disuadir los esquiadores que se salen fuera de pista, y se desmontan a partir del mes de abril.
- La reforma o la mejora de los centros comerciales y de los puntos de información.
- La organización de los desplazamientos de peatones y vehículos. La creación de nuevas plazas de estacionamientos, de parking subterráneos, de caminos para peatones, la colocación de una señalización adaptada, son medios para facilitar la circulación en la estación.
- La creación de equipamientos de ocio (bolera, pista de patinaje, discoteca...) puede completar la actividad deportiva y aportar alternativas a los no esquiadores.
- El desarrollo de nuevas actividades (competición de esquí, presentación e iniciación a las nuevas actividades deslizantes como el télémart, puesta en relieve nocturna del lugar...) que contribuyen a diversificar las animaciones.

- **l'accueil en tension** améliorer la gestion des flux du site touristique lors des arrivées, départs, stationnements...
- **l'accueil de villégiature** améliorer l'esthétique de la station (lieux d'image, moyens d'information de la clientèle, cheminements piétons, équipements de loisirs, environnement naturel).

En effet, les espaces publics ont le même âge que la station et donc souvent le même style que les constructions qu'ils supportent. Ils n'ont pas évolué parallèlement à l'augmentation de la capacité d'accueil et de la densité de fréquentation. Leur échelle n'est donc plus toujours adaptée. De plus, ils ont reçu, depuis leur aménagement d'origine, beaucoup de nouveaux éléments: matériaux, revêtements, mobiliers, édifices, amputation diverses... sans que leurs fonctions soient reconsidérées.

La réhabilitation des espaces publics demande une pensée prospective, une conception et un programme véritablement touristiques, alors qu'aujourd'hui elles ne font appel, dans la plupart des cas, qu'à des méthodes traditionnelles d'aménagement ou de réaménagement urbain.

La réussite de l'opération visant à revaloriser les espaces publics nécessite une répartition harmonieuse dans la station de tous les types d'usage, prenant en compte de multiples fonctions issues des besoins des habitants permanents, des attentes des touristes de tous types, de la déambulation des visiteurs, des programmes d'animation festive ou permanente et des problèmes de déplacement.

La requalification des espaces publics dans les stations de montagne concerne pour l'essentiel:

- Le front de neige. Il s'agit, par exemple, d'améliorer la sécurité sans nuire à la qualité paysagère du site. A Piau Engaly, des filets fixes pour dissuader les skieurs de partir en hors piste, sont installés durant toute la saison de ski mais démontés dès le mois d'Avril,
- La rénovation ou l'amélioration des centres commerciaux et des pôles d'information.
- L'organisation des déplacements des piétons et des véhicules. La création de nouvelles places de stationnements, de parkings souterrains, de cheminements piétons, la mise en place d'une signalisation adaptée, sont autant de moyens de faciliter la circulation dans la station.
- La création d'équipements de loisirs (bowling, patinoire, boîte de nuit...) peut compléter l'activité ski et apporter des alternatives aux non skieurs.
- Le développement de nouvelles activités (compétition de ski, présentation et initiation aux nouvelles glisses telle que le télémark, mise en valeur nocturne du site...) qui contribue à diversifier les animations.

Las actuaciones posibles

La acción lleva después a la reforma de los pisos. Toda la operación se apoya sobre un estudio

El estudio se hace sucesivamente sobre estos tres ámbitos porque «si la ORIL se aplica concretamente al alojamiento de alquiler, esta se incluye necesariamente en un trámite urbanístico coherente, que se inscribe en una estrategia de desarrollo económico (particularmente turístico) global.» (portal Internet, www.oril.org)

La reforma de los pisos

Depende del espíritu de renovación. Los estudios permiten definir las características materiales del producto que la sociedad deberá proponer a los propietarios:
El estudio describe sucesivamente:

- **Las características de cada piso.** Es decir: la superficie, la cantidad de camas, la duración del contrato de reforma, la estimación del coste de las obras para una reforma en apar-

tamento clasificado con 2 o 3 estrellas sin tasas y con todas tasas incluidas así como el coste de las obras al m².

- **El plan de financiación de las obras de reforma** indica la parte que cada socio invierte en la operación. Se estima que la contribución personal del propietario es mínima, equivalente al 10%. Efectivamente, encuestas llevadas a cabo en diferentes estaciones y emplazamientos han demostrado que los propietarios no tienen previsto hacer importantes modificaciones de su patrimonio hasta dentro de tres años, para reformas que no pasan de 4500 Euros; y que no desean invertir importantes sumas para obtener un producto de comercialización turística de alto nivel.

Finalmente, las obras están esencialmente financiadas con más del 65% gracias a los préstamos bancarios, porque las ayudas públicas están restringidas.

La cuenta prevista de explotación

- **Los ingresos de la sociedad.** Proviene esencialmente de los ingresos percibidos al explotador PRT, con más del 80%. Estos ingresos han sido evaluados a partir de datos

Les interventions possibles

L'action porte ensuite sur la rénovation des appartements. Toute l'opération repose sur une étude

L'étude est à mener successivement sur ces trois domaines car «si l'ORIL s'applique concrètement à l'hébergement locatif, elle s'insère nécessairement dans une démarche urbanistique cohérente qui elle même s'inscrit dans une stratégie de développement économique (notamment touristique) global.» (site internet, www.oril.org)

La renovación de los pisos

La rénovation des appartements relève de la société de rénovation. Les études permettent de définir les caractéristiques matérielles du produit que la société devra proposer aux propriétaires:

L'étude décrit successivement:

- **Les caractéristiques de chaque appartement**, c'est-à-dire: la surface, le nombre de lits, la durée du contrat de rénovation, l'estimation du coût des travaux pour une rénovation en studio classé 2 à 3 étoiles en hors taxe et en toutes taxes comprises et le coût des travaux au m².
- **Le plan de financement des travaux de rénovation** indique la part que chaque partenaire engage dans l'opération. Il est estimé que l'apport personnel du propriétaire est minimum, égal à 10%. En effet, des enquêtes conduites dans différentes stations et sites ont montré que les propriétaires n'envisagent pas de faire d'importantes modifications de leur patrimoine d'ici trois ans, pour des rénovations ne dépassant pas 4500€; et qu'ils ne souhaitent pas investir d'importantes sommes pour obtenir un produit de commercialisation touristique de haut niveau.

Finalement, les travaux sont essentiellement financés par les emprunts bancaires, à plus de 65% car les aides publics sont restreintes.

Le compte prévisionnel d'exploitation

- **Les recettes de la société.** Elles proviennent pour l'essentiel des recettes perçues auprès de l'exploitant VRT, à plus de 80%. Ces recettes ont été



comunicados por diferentes profesionales y, a título de ejemplo, en cuatro estaciones diferentes.

- **Los gastos de la sociedad.** Vinculados a la amortización de la inversión, al pago del alquiler para el propietario, a la ejecución de las obras de mantenimiento, a los gastos de gestión, a los impuestos y tasas.

da sobre el modelo del piso piloto funciona en las estaciones estandarizadas de tercera generación pero se arriesga a ser incompatible con la diversidad del parque inmobiliario de las estaciones (aunque no sean las primeras concernidas).

La relación calidad/precio del producto debe acercarse a los objetivos potenciales de rentabilidad.

El producto renovado tiene que ser rentable

El producto debe ser funcional, realizado con materiales resistentes y la estética debe estar relacionada con la imagen de la estación.

La realización de un piso piloto reproducible y adaptable a todo tipo de pisos es muy aconsejada. Puede servir de referencias técnicas, estéticas y de coste. Además, los propietarios podrán visitarlo para ver concretamente las evoluciones efectuadas en él.

La realización de un producto estándar en serie presenta la ventaja de optimizar la intervención de las empresas porque se trata de un producto repetitivo, de ganar en los costes y sobre todo de facilitar la comercialización a través de la oferta un producto homogéneo. La reforma a gran escala, calca-

La empresa tiene que ofrecer un producto inmobiliario integral

La sociedad debe proponer un producto integrado que conlleva:

- La instauración de las obras a través de una agrupación de obras (seleccionada por el municipio a través una licitación).
- Opciones correspondientes a expectativas de comodidad específicas de los propietarios que asumirán ellos mismos la financiación.
- Una gestión de alquiler asegurada.
- La posibilidad de una financiación completa de las obras para los propietarios que no desean invertir.

évaluées à partir de données communiquées par différents professionnels et, à titre d'exemple, sur quatre stations différentes.

- *Les charges de la société* liées à l'amortissement de l'investissement, au versement du loyer au propriétaire, à l'exécution des travaux de maintenance, aux frais de gestion, aux impôts et aux taxes.

Le produit rénové doit être rentable

Le produit doit être fonctionnel, réalisé avec des matériaux résistants et l'esthétique doit être en rapport avec l'image de la station.

La réalisation d'un appartement témoin reproductible et adaptable à tout type d'appartements est largement conseillée. Il peut servir de références techniques, esthétiques et de coût. En outre, les propriétaires pourront le visiter afin de voir concrètement les évolutions qui seront apportées à leur bien.

La réalisation d'un produit standard en série présente l'avantage d'optimiser l'intervention des entreprises puisqu'il s'agit d'un produit répétitif, de gagner sur les coûts et surtout de faciliter la commercialisation par l'offre d'un produit homogène. La rénovation à grande échelle, calquée sur le modèle de l'appartement témoin fonctionne dans les stations standardisées de troisième génération mais risque d'être incompatible avec la diversité du parc immobilier des stations de première génération (même si elles ne sont pas les premières concernées.)

Le rapport qualité/ prix du produit doit se rapprocher des objectifs potentiels de rentabilité.

La société doit proposer un produit immobilier intégré

La société doit proposer un produit intégré qui comporte:

- la mise en place des travaux par un groupement de travaux (sélectionné par la municipalité par appel d'offre).
- des options correspondants à des attentes de confort spécifiques aux propriétaires qui assumeront eux-mêmes le financement.
- une gestion locative sécurisée.
- la possibilité d'un financement complet des travaux pour les propriétaires qui ne désirent pas investir.

Grâce à cette rénovation, les appartements peuvent bénéficier d'un label de qualité.

Gracias a esta renovación, los pisos se benefician de una marca de calidad (PRT),...

Los PRT (Pueblo Residencial de Turismo)

En asociación con las ORIL, un nuevo procedimiento reconocido jurídicamente "permite a los profesionales crear una actividad de explotación turística para asegurar la **puesta** en el mercado, durante un largo periodo, de los pisos renovados" (guía metodológica de la rehabilitación, p36). El Pueblo Residencial de turismo solo puede existir en el marco de una ORIL, mientras que la ORIL puede ser creada sin PRT. Se deja libertad a los votados de optar o no por la instauración de un PRT. Es definido por el decreto nº 2001-343 del 19 de Abril 2001 (cf. las modalidades del decreto en la página izquierda). Las modalidades del PRT son especificadas por:

- El decreto del 19 de julio 2001, fijando las normativas de clasificación de los PRT
- El decreto 261 D-4° del código general de los impuestos resultante de la ley de finanzas para 1999 mencionando los alquileres exonerados de la tasa sobre el valor añadido.

Ventajas del pueblo residencial de turismo (PRT)

La explotación de un PTR presenta varias ventajas, especialmente la que propone una oferta inmobiliaria de calidad en las estaciones y contribuye así a reforzar su imagen de marca, mientras limitan las reticencias de los propietarios con respecto a la **puesta en alquiler** (degradación de los locales, mantenimientos irregulares...)

El alquiler de los pisos se hace mediante una central de reserva...

Los PRT disponen de una **acogida centralizada y de unidades de alojamientos variados** y difusos. Da servicio a un territorio. Pueden promover las animaciones de la estación o proponer ellos mismos animaciones a sus clientes.

Les interesa mucho diferenciarse de las otras formas de alojamientos turísticos con un alto nivel de calidad, emplazamientos proclives a la comercialización (residencias tradicionales, pabellones frente a la nieve o en medio de la estación). Deben adaptar sus tarifas y su plan comercial al nivel de calidad de las prestaciones proporcionadas.

Les VRT (Village Résidentiel de Tourisme)

En association aux ORIL, une nouvelle procédure reconnue juridiquement «permet aux professionnels de créer une activité d'exploitation touristique pour assurer la mise en marché, sur une longue période, des appartements rénovés» (guide méthodologique de la réhabilitation, p36), le Village Résidentiel de Tourisme. Il ne peut exister que dans le cadre d'une ORIL, alors que l'ORIL peut être créée sans VRT. La liberté est laissée aux élus d'opter ou non pour la mise en place d'un VRT.

Il est défini par le décret n.° 2001-343 du 19 Avril 2001 (cf. les modalités du décret sur la page e gauche). Les modalités du VRT sont précisées par:

- l'arrêté du 19 Juillet 2001, fixant les normes de classement des VRT.
- l'article 261 D-4° d du Code Général des Impôts issu de la loi de Finances pour 1999 mentionnant les locations exonérées de la taxe sur la valeur ajoutée.

Avantages du Village résidentiel de tourisme

L'exploitation d'un VRT présente plusieurs avantages, notamment celui de proposer une offre immobilière de qualité dans les stations et de contribuer ainsi à renforcer leur image de marque, tout en limitant les réticences des propriétaires par rapport à la mise en location (dégradation des locaux, entretiens irréguliers...):

Les VRT disposent d'un **accueil centralisé et d'unités d'hébergements variées** et diffuses. Il dessert un territoire.

Ils peuvent promouvoir les animations de la station ou proposer eux-mêmes des animations à leur clientèle.

Ils ont tout intérêt à se distinguer des autres formes d'hébergements touristiques par un niveau élevé de qualité, des emplacements porteurs pour la commercialisation (résidences traditionnelles, pavillons de front de neige ou de coeur de station).

Ils doivent adapter leur positionnement tarifaire et leur plan commercial au niveau de qualité des prestations fournies.

Au niveau fiscal, les VRT encouragent à l'investissement. Les séjours sont commercialisés en tarif incluant la TVA (5,5%) mais l'exploitant VRT déduit de celle-ci la TVA grevant ses charges: fournitures, prestations de services, travaux d'entretien, investissements.

Y se beneficia de la desgravación del IVA en el precio del alquiler y en los gastos restantes.

A nivel fiscal, los PRT fomentan la inversión. Las estancias se comercializan con tarifas incluyendo la TVA (IVA) (5,5%) pero el explotador PRT deduce de esta el IVA que grava sus gastos: materiales, prestaciones de servicios, obras de mantenimiento, inversiones.

Además, los protagonistas que realizan una inversión para arrendar o subarrendar a un **explotador** PRT recuperan el IVA de sus inversiones (19,6%).

Los propietarios arrendadores se benefician de la exención del impuesto de vivienda. En cambio, el **explotador** de un PRT es sometido a la tasa profesional del alquiler amueblado. Los propietarios arrendadores pueden reservarse un periodo para su uso personal. Contrariamente a la Residencia de turismo, los PRT tienen como finalidad reciclar el parque inmobiliario existente y no comercializar camas turísticas nuevas. El explotador PRT se compromete económicamente con los bienes explotados puesto que debe pagar un alquiler a los

propietarios y amortizar los préstamos que costean las obras. Paralelamente y como los demás alojamientos turísticos debe comercializar estancias, intentar conservar su clientela, adoptar una política de precios...

Esta actividad responde al principio de libertad de empresa. Cualquier explotador que respete los criterios de un PRT y que esté en el perímetro de una ORIL puede solicitar una clasificación.

Conclusión: política urbana y turismo

La reestructuración de los centros turísticos necesita integrar, en todo momento, los principios de la demanda turística, la evolución de sus modos de consumo y del comportamiento de los turistas.

Se trata hoy de adaptar la urbanización y el funcionamiento urbano a unos habitantes muy específicos puesto que son más «clientes» que usuarios y que tienen prácticas bastante diferentes de las urbanas tradicionales: ¡están de vacaciones!

En outre, les acteurs réalisant un investissement à finalité d'une location ou sous-location à destination d'un exploitant VRT récupèrent la TVA sur leurs investissements (19,6%).

Les propriétaires bailleurs bénéficient de l'exonération de la taxe d'habitation. Par contre, l'exploitant d'un VRT est assujéti à la taxe professionnelle sur la location meublée.

Les propriétaires bailleurs peuvent se réserver une période pour leur usage personnel. Contrairement au Résidence de Tourisme, les VRT ont vocation à recycler le parc immobilier existant et non à commercialiser des lits touristiques neufs.

L'exploitant VRT s'engage économiquement sur les biens exploités car il doit verser un loyer aux propriétaires et amortir les emprunts finançant les travaux. Parallèlement et comme les autres hébergements touristiques il doit commercialiser des séjours, chercher à fidéliser sa clientèle, adopter une politique tarifaire...

Cette activité répond au principe de liberté d'entreprise. Tout exploitant respectant les critères d'un VRT et situé dans le périmètre d'une ORIL peut solliciter un classement.

Conclusion: politique urbaine et tourisme

La restructuration des centres touristiques nécessite d'intégrer, à tout moment, les principes de la demande touristique, l'évolution de ses modes de consommations et des comportements des touristes.

Il s'agit aujourd'hui d'adapter l'urbanisation et le fonctionnement urbain à des habitants très spécifiques car ils sont plus «clients» qu'usagers et qui ont des pratiques assez différentes des pratiques urbaines traditionnelles: ils sont en vacances!

- 1 La demande touristique en espace de montagne, O.N.T., 1999, op. cit.
 - 2 Direction du Tourisme, enquête SOFRES, 2001, op. cit.
 - 3 Sénat, rapport n° 15, 2002, p. 163
 - 4 P. Edelman, *Les ORIL : un dispositif nécessaire mais délicat à mettre en œuvre*, mémoire de maîtrise d'IUP Aménagement et développement territorial, Université de Pau et des Pays de l'Adour, 2003, 67 p.
- * De los cuales 20 KE para la animación de Verano (más que el presupuesto «Animación» de Los Arcs para 30.000 plazas.

-
- 1 La demanda turística en espacio de montaña, O.N.T., 1999, op. cit.
 - 2 Dirección de Turismo, encuesta SOFRES, 2001, op. cit.
 - 3 Senado, informe n° 15, 2002, p. 163.
 - 4 P. Edelman, *Las ORIL: un dispositivo necesario pero delicado para instaurar, memoria de dominio del IUP: Ordenamiento y desarrollo territorial*, Universidad de Pau y de los Países de l'Adour, 2003, 67 p.
- * De los cuales 20 KE para la animación de Verano (más que el presupuesto «Animación» de Los Arcs para 30.000 plazas.

Anexo

El ejemplo de rehabilitación Gourette – Les Eaux Bonnes

El conjunto de la actuación se basa en:

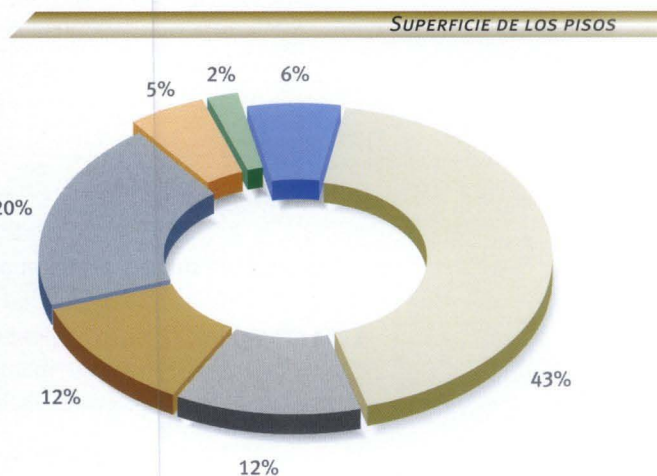
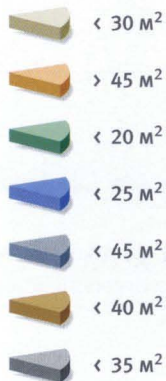
- Una calidad de referencia para asegurar una alta categoría y proponer buenos servicios a «propietarios emprendedores».
- Distintos tipos jurídicos de rehabilitación y de gestión ofrecidos a los propietarios.
- La Société d'économie mixte Gourette - Eaux-Bonnes, SEGEB (SEM, empresa local con capital público y privado): protagonista en el proceso de rehabilitación.
- Una central de reserva.
- Una oferta de alojamientos para los trabajadores de temporada.
- Incentivos financieros para la rehabilitación de los pisos amueblados de alquiler.
- Mejora de las partes comunes de las comunidades de vecinos.
- Presentación de dos pisos-piloto a partir de la temporada de invierno 2004/2005 y nombramiento de un encargado de la promoción del proyecto de rehabilitación.

En Gourette:

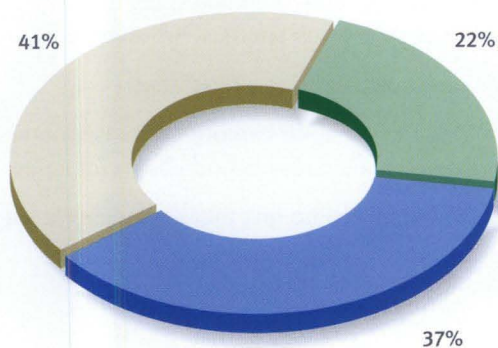
- Las viviendas se edificaron en su mayoría en los años 70. Desde mediados de los 80, no se han hecho ni nuevas edificaciones ni rehabilitaciones.
- Edad de los pisos

Año	Antes de 1970	1970-1975	1975-1980	Después de 1980
Número	32%	35%	22%	11%

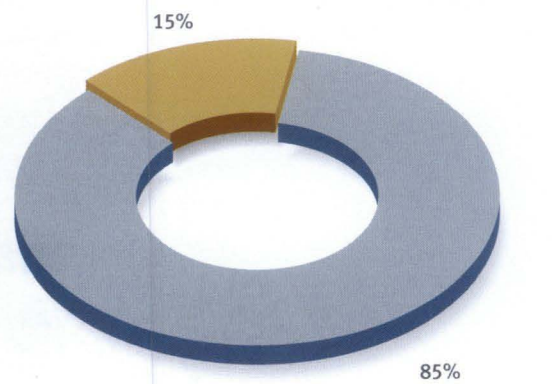
- Más del 50% de los pisos tiene una superficie inferior a 30m². Sin embargo, los menores de 25 m² se aproximan al 8%, lo cual es muy poco comparado con otras estaciones de la misma generación.

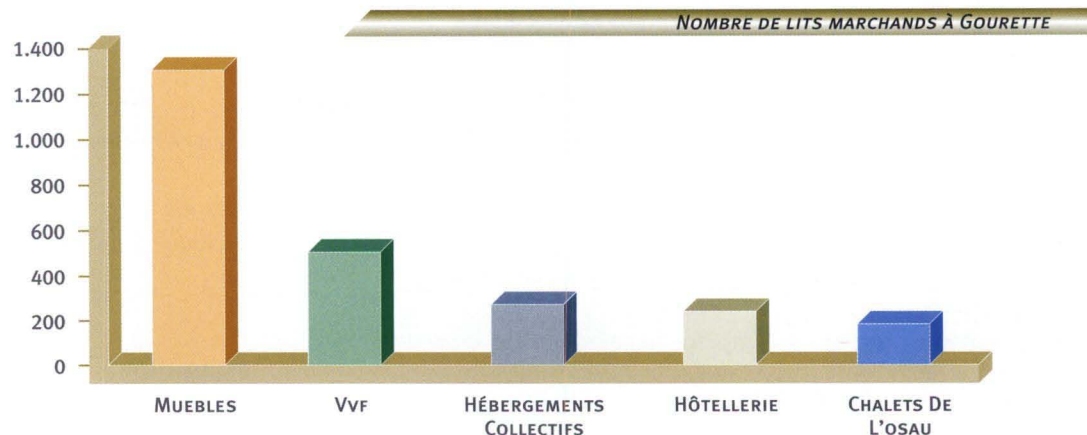


PISOS AMUEBLADOS EN ALQUILER CLASIFICADOS POR CATEGORÍAS



OFFRE DE L'HÉBERGEMENT





	Nº de pisos	Evaluación del coste total de las obras (€)
Gourette résidences	100	1.880.000
Gourette chalets	20	684.000
Eaux-Bonnes	45	1.350.000
Total	195	3.914.000

	Eaux-Bonnes Chalets d'Ossau	Gourette
% de Ayudas para la rehabilitación	50%	50%
Máximo de ayudas otorgadas	15.000 €	12.000 €
Ayudas para un piso de 30 m ² (600 €/m ²)	12.000 €	9.000 €
Ayudas para un piso de 40 m ² (600 €/m ²)	12.000 €	12.000 €
Ayudas para un piso de 50 m ² (600 €/m ²)	15.000 €	12.000 €
Ayudas para un piso de 60 m ² (600 €/m ²)	15.000 €	12.000 €

El ejemplo de una estación no integrada: Les Arcs

- Ejemplo casi único de éxito en las grandes estaciones de montaña: Verano = 20% de la actividad total.
- Reto para que esto se mantenga: la diversificación de los agentes económicos y sociales ha desvelado un aumento de los costes escondidos.
 - 1ª apertura en 1968.
 - 4 estaciones: 1.600 m, 1.800 m, 1.950 m et 2.000 m.
 - Volumen de negocios Invierno: 150 millones de € - Volumen de negocio Verano: 35 Millones de € (80% vs. 20%).
 - Volumen de negocios «Actividad de Invierno»: 40 Millones de E (Remontes, ESF).
 - Volumen de negocios «Actividad Verano»: 4 Millones de E (Club sports + Arc Aventure).
- Desde la creación de la estación, clara voluntad de desarrollar las dos temporadas:
 - Infraestructuras de ocio: 1 campo de golf en zona de montaña, 48 campos de tenis, polideportivos...
 - Animación: Club des Sports + Arc Aventure: más de 40 actividades deportivas y culturales.

Les Arcs se concibió como una estación de montaña, no como una mera estación de esquí

Cuando se creó la estación, el constructor (SMA) financió:

- Las infraestructuras.
- La creación de actividades socio-culturales (Arc Aventure = servicio Investigación y Desarrollo de las actividades).

- Su explotación.
- Su venta y su promoción.

Presupuesto para la promoción de Les Arcs > Presupuesto para la promoción de la provincia de Savoya

El contexto:

- Creación de un nuevo núcleo a 1.950 m de altitud.
- A corto plazo, se espera disponer de 4.000 plazas turísticas.
- Un promotor único (canadiense): INTRAWEST.
- Objetivo: invierno 22 semanas + Verano 8 semanas + «Fuera de temporada»: 6 semanas.

El producto. Un pueblo verdadero:

- INTRAWEST vende un ambiente, no pisos.
- INTRAWEST crea una vida de pueblo con une vie de village par:
 - Infraestructuras.
 - Explotación y actividades teniendo en cuenta desde el principio todas las temporadas.

Creación de una ASL (Association Syndicale Libre)

ASL Resort Club. Ejemplo único en Europa:

- Tomado de la Association de Villégiature canadiense.
- Única ASL que tiene vocación de desarrollo económico (además de la gestión de los espacios comunes).

Gestiona:

- Las actividades del lugar.
- Los festejos.
- El marketing.
- La comunicación.
- Permite garantizar las promesas hechas a los propietarios.
- El Resort Club es una empresa privada.
- Financiación:
 - 1/3 por parte de los propietarios (25 € por m² y año).
 - 1/3 por parte de los comerciantes (2% del Volumen de negocios).
 - 1/3 por parte del promotor (durante 3 años).
 - + sponsors de los festejos
- 2003/2004: presupuesto 600 K€:
 - Gastos de funcionamiento (4 personas): 280.
 - Mantenimiento del pueblo (900 plazas): 150.
 - Promoción / Comercialización / atención al visitante: 70
 - Actividades ³: 100

Primer balance:

- El control por una empresa privada de la urbanización conllevó una visión a largo plazo.
- E Pero hay condiciones vinculantes:
 - Se tiene que dejar todo abierto (se excluyen los servicios que cierran),
 - Hay permanentemente actividades paero la animación se hace discretamente, sin molestar. Todos los agentes económicos están implicados.

La vida atrae la vida: «círculo virtuoso»