

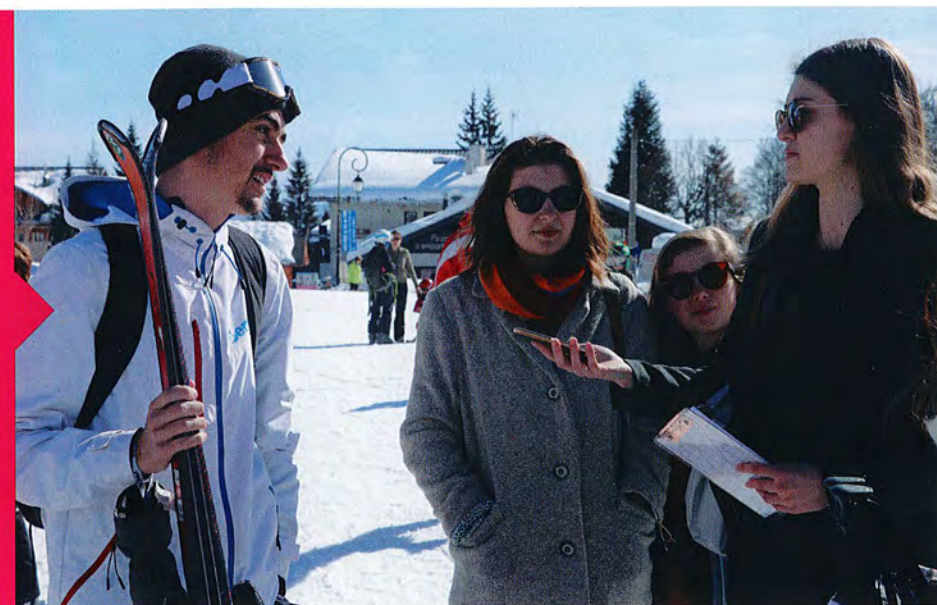


UNIVERSITÉ

UN PÔLE POUR L'ATTRACTIVITE DES TERRITOIRES

Par Philippe Claret

LA MONTAGNE, CE N'EST PAS QUE LE TOURISME ET LE TOURISME, CE N'EST PAS QUE DU MARKETING. LES ENJEUX SE RENOUVELLENT, LES FRONTIÈRES SE GOMMENT. IL FALLAIT UN OUTIL TRANS ET PLURIDISCIPLINAIRE POUR EXPLORER CES NOUVEAUX CHAMPS. IL SE TROUVE À L'UNIVERSITÉ DE SAVOIE MONT BLANC.



Le seul pôle universitaire labellisé par l'Institut français du tourisme est en Savoie Mont Blanc. Lancé en 2016, le pôle Montagne inventive s'est vite fait remarquer par sa démarche originale, faite de rigueur et de transdisciplinarité. «Le développement touristique n'est pas simplement marketing, assurent les représentants du pôle. Les enjeux sont également sociologiques, patrimoniaux, géographiques...». Ça tombe bien, l'Université Savoie Mont Blanc peut mettre à contribution les chercheurs de ses laboratoires et les étudiants issus de ses formations dans des disciplines les plus diverses, depuis la gestion, l'économie, le marketing, la sociologie en passant par le sport, la géographie, l'histoire... Une approche qui séduit de plus en plus de territoires et de stations, soucieuses de sortir du «tout ski» et de lisser leur activité sur quatre saisons.

Le travail de Benoit Régent illustre bien ces choix. Le doctorant à l'institut de recherche en gestion et d'économie (Irege) a travaillé deux ans sur une série d'études pour Malraux Scène nationale, à Chambéry, dans le cadre du projet

franco-italien Alcotra Corpo Links Cluster. «Les chercheurs de l'Irege travaillent autour du thème Choix environnementaux et innovations. On le sait, le tourisme en montagne n'est plus basé uniquement sur le sport. La question posée par Malraux dans le cadre du projet était : comment innover dans les offres culturelles pour que la culture puisse favoriser l'attractivité du territoire ? Dans le cadre de ma thèse, j'ai piloté trois études.

BENCHMARK INTELLIGENT

Nous avons interrogé 249 personnes, touristes, locaux, publics ou non publics des offres culturelles, pour identifier les freins et les leviers dans l'accès à la culture lors d'un séjour; nous avons dressé un bilan des offres culturelles touristiques, avec 2530 structures recensées; nous avons étudié le rôle de la culture dans un territoire montagnard. Nous avons aussi réalisé un benchmark des offres culturelles en montagne, avec une centaine de cas étudiés. Enfin, nous avons mené deux études de terrain sur des festivals atypiques, l'un entre Dignes et Cunéo, l'autre à Sancy, dans le massif central.»

AUJOURD'HUI, LE PÔLE MONTAGNE INVENTIVE

- Gère ou participe à quatre programmes européens, en prépare un cinquième sur l'économie de la montagne.
- Collabore avec les territoires sur plus de 10 projets par an.
- Mobilise pour cela plus de 300 étudiants d'une vingtaine de formations, dans plusieurs disciplines : gestion, économie, marketing, tourisme, Staps, sociologie, langues, géographie, droit, histoire, etc.
- Les commandes sont encadrées par plus de 20 chercheurs de six laboratoires.
- Des consultants extérieurs formés à la méthodologie du pôle et experts des territoires sont également sollicités.

«Le développement touristique n'est pas simplement marketing, assurent les représentants du pôle. Les enjeux sont également sociologiques, patrimoniaux, géographiques...»

Les responsables du pôle Montagne inventive



La richesse du terrain

« Ce travail a été formateur, raconte l'étudiante en master tourisme Bénédicte Costamagna. Il m'a permis de me rendre compte de la différence qu'il y a entre la théorie et la réalité ! Disons que certains chiffres, présentés comme des données fiables, avaient besoin d'être réinterrogés... Le travail de terrain m'a mené bien plus loin que ce que

je pensais ! Le sujet mériterait une thèse ! » Benoit Régent (photo) approuve : « Cela m'a permis de coordonner les travaux de 12 chercheurs dans un cadre pluridisciplinaire, de lire plus de 400 articles scientifiques, de piloter 135 étudiants : une expérience fabuleuse, qui représente deux ans de travail ».

« Le Pôle Montagne Inventive nous a permis de disposer d'une étude rigoureuse qui nous a aidé à y voir plus clair sur un sujet transdisciplinaire, pour un budget raisonnable »

Claire Jurine, Prosneige

C'est toute la méthode du pôle Montagne Inventive basée sur la recherche universitaire que détaille le thésard. Une méthode mise en oeuvre sur le projet Corpo Links Cluster comme sur les autres projets du pôle : Espace valléen en Maurienne, études sur la clientèle chinoise, travail sur la marque Annecy Mountains, projet Transfrontour sur le tourisme transfrontalier dans le genevois. « La première approche est typiquement universitaire, expliquent les représentants du pôle : c'est un travail de veille internationale scientifique. Les étudiants et chercheurs commencent par analyser ce qui est écrit dans la littérature scientifique sur les sujets traités. Sur les rapports qu'entretiennent les chinois avec la montagne, pas moins de

270 articles ont été lus. S'en suit un benchmark sur ce qui se fait dans le monde entier. Le point fort : cette veille est recontextualisée par rapport aux problématiques posées sur Savoie Mont Blanc ». Cette première étape de veille est essentielle parce qu'elle amène parfois à reformuler, avec les territoires et acteurs du tourisme, la question initialement posée.

C'est le chemin qu'a emprunté Claire Jurine, directrice de l'école de ski Prosneige à Val Thorens. Un français installé en Chine lui demande d'y venir pour former des moniteurs locaux. « Deux moniteurs partent pendant deux mois à Yabuli et sont très vite choqués par la différence entre ce que nous imaginions (un marché à conquérir) et la réalité (culture, conception de la montagne, rapport à la glisse, niveau des équipements, tracé des pistes... tout est différent là-bas !).

RIGUEUR ET INDÉPENDANCE

Nous poursuivons tout de même l'expérience, invitons trois moniteurs chinois ainsi que le directeur de l'école de ski et une traductrice à Val Thorens. De nouveau, nous sommes frappés par les différences culturelles, de niveau, d'approche du ski... Nous contactons l'Université de Savoie Mont Blanc pour nous poser les bonnes questions : qu'est-ce que les chinois attendent de leur séjour au ski ? Les résultats des enquêtes réalisées ont confirmé notre ressenti : nous n'abandonnons pas la Chine mais pour l'instant, nos priorités vont à d'autres programmes. Le Pôle Montagne Inventive nous a permis de disposer d'une étude rigoureuse qui nous a aidé à y voir plus clair sur un sujet transdisciplinaire, pour un budget raisonnable. » La seconde étape est généralement un travail d'enquête qualitatif approfondi. 249 personnes interrogées pour Corpo

MARIE-PIA BUREAU
DIRECTRICE DE
MALRAUX SCÈNE
NATIONALE DE
CHAMBÉRY ET DE
LA SAVOIE



Comment est né le projet ?

À Malraux Scène nationale, nous avons la conviction que l'innovation n'est pas forcément technologique. Nous avons envie de travailler sur le monde de la montagne et assez vite, nous avons convenu que nous avons besoin de clés pour bien le connaître. L'Université et son pôle Montagne était un partenaire idéal. Ce qui nous a intéressé, c'est leur approche croisée entre disciplines (sport, tourisme, culture) et pas par silos. Chercheurs et étudiants nous ont aidés à poser la bonne hypothèse de départ. Notre pari, c'est que la culture peut aider au renouvellement des modèles de territoire. Il y a eu des enquêtes sur des festivals atypiques, des entretiens approfondis sur le terrain, et finalement les chercheurs nous ont accompagné jusqu'à la phase d'élaboration d'une nouvelle offre.

Sur quels choix débouche ce travail ?

Très vite, l'université nous a confirmé que la bonne cible, c'était plutôt l'été que l'hiver ; que le mode d'intervention idéal n'était pas un festival classique (un seul lieu, un seul public) mais une itinérance dans des sites remarquables ou caractéristiques ; que les offres devaient être au croisement de plusieurs activités (art, culture, sport, industrie...) et que les projets devaient émaner du territoire. Ce qui nous impose de laisser de la place à la participation des habitants.

Le résultat ?

C'est le festival itinérant Andiamo ! mené en France et en Italie, qui a remporté un grand succès en Maurienne cet été. In fine, il s'agit de réinventer le rapport entre touristes et locaux, entre artistes et public, avec des spectacles à mi-chemin entre l'escalade et la danse, par exemple ; ou s'installant dans une friche industrielle...



Avant de former des moniteurs de ski en Chine, le pôle Montagne inventiva a aidé Prosneige à se poser les bonnes questions.

Links Cluster, 372 dans le cadre du travail sur l'espace valléen de Maurienne avec les différents acteurs : usagers, professionnels, résidents secondaires, visiteurs... « J'ai travaillé sur le marché des sports d'hiver en Chine pour Prosneige, explique Bénédicte Costamagna, étudiante en master tourisme à l'IAE Savoie Mont Blanc. Mon travail a consisté à démarcher des contacts potentiels et sélectionner des profils pertinents pour des entretiens approfondis. J'ai par exemple rencontré en Suisse des étudiants qui donnent des cours de ski dans des camps de vacances fréquentés par des chinois, le directeur de la station de Villars-sur-Ollon, qui a accueilli vingt moniteurs de ski chinois. »

Ce n'est qu'ensuite qu'intervient l'étape d'ingénierie proprement dite, depuis la

co-construction de produits touristiques jusqu'à leur commercialisation.

Des missions menées par des étudiants encadrés par des enseignants et des chercheurs, avec toute la rigueur et l'indépendance universitaire requise, mais également avec le plus de professionnalisme possible. « Il en va de notre crédibilité », assument les responsables du pôle. Pourtant le travail de l'université, n'est-ce pas avant de tout de former des étudiants ? « Il faut que nos projets servent le territoire mais également nos étudiants. Partir sur le terrain, dans l'étude d'un cas concret, dans la « vraie vie », c'est un formidable atout. Plus de 300 sont associés chaque année à nos études ».