

ISÈRE Domaine skiable, hôtellerie, événementiel, la station de l'Oisans investit dans tous les secteurs

L'Alpe d'Huez monte en gamme



RETROUVEZ
LA VIDÉO SUR
ledauphiné.com

Un souffle nouveau envahit la station de l'Oisans. Pour dynamiser sa marque, elle accueille, du 9 au 16 mars, le Tomorrowland Winter, la première version hivernale du festival de musique électronique. Un événement qui sera animé par des DJ internationaux, dont Martin Solveig et DJ Snake. Photo Cyrille QUINTARD

Pionnière, la station l'a toujours été, avec le premier téléski débrayable de Pomagalski dans les années 30, un hôtel de luxe dans la foulée et des activités de loisirs. Aujourd'hui, l'Alpe d'Huez renoue avec son ADN.

Ne l'appellez plus la belle endormie. L'Alpe d'Huez se réveille. La station iséroise fait parler d'elle à travers son domaine skiable, ses projets hôteliers haut de gamme et ses événements dont le très attendu Tomorrowland Winter.

Des hébergements en 4 étoiles tant attendus

« On ne veut pas être Courchevel ou Megève », martèle le maire d'Huez, Jean-Yves Noyret. Un hôtel 5 étoiles, le Daria 1 Nor, a ouvert ses portes en décembre. Thierry Schoenauer, le self-made-man, a investi 40 millions d'euros (ME) dans ce joyau, misant sur la station comme il

l'a fait à Val Thorens et aux Ares.

À l'Alpe d'Huez, ce n'est que le deuxième établissement de ce niveau après le Chamois d'Or. « On avait besoin de faire du haut de gamme parce qu'il y a une demande. C'est une niche mais on ne peut pas vivre qu'avec du 5* : c'est la clientèle qui fait le moins de ski. Nous, on a besoin de forfaits. »

L'objectif premier est surtout de créer des lits commerciaux. « Sur 26 000 lits, on en a 11 000 sur le marché de la location ». Dans le Plan local d'urbanisme (PLU), 4 600 étaient inscrits. Annulé en 2017 après de nombreux recours, le processus a été relancé. La commune a revu sa copie à la marge avec 3 800 nouveaux lits, mais les résidences de tourisme et hôtels 4 étoiles vont pousser pour rattraper le retard.

« Dans toutes les opérations, on a mis du parking souterrain, des liaisons piétonnes, sans oublier le TCSP (transport collectif en site propre) », qui reliera à terme Huez au pied des pistes. L'Alpe d'Huez

veut changer son image.

Ville et Sata (la société des remontées mécaniques) glissent vers le même objectif : développer la station. Les investissements sur le domaine skiable ont été constants ces dernières années, à hauteur de 100 millions d'euros sur 12 ans : enneigement de la piste de Sarenne, la plus longue d'Europe (7,5 ME HT), renouvellement des remontées (7,5 ME pour le télémix) assurant un plus grand débit. Grâce aux enneigeurs, la capacité de couverture du domaine frôle les 60 %.

Tomorrowland Winter, de l'électro pour faire connaître le domaine

La liaison avec les Deux Alpes est défendue ardemment par les deux stations. Un projet de 60 millions d'euros pour « devenir l'un des trois premiers plus grands domaines au monde, pour dire que l'Isère se bouge », lance le maire.

Sur le plan marketing, la station évolue également. « L'Alpe d'Huez bénéficie d'une notoriété forte sur le marché

national. En revanche, on a des pôles de croissance qui sont aujourd'hui à l'étranger », commente Anthony Guzman, directeur marketing et commercial à la Sata, l'homme qui est allé postuler auprès de l'équipe belge de Tomorrowland. La première version hivernale du festival de musique électronique se déroulera ici du 9 au 16 mars avec des DJ internationaux, dont Martin Solveig et DJ Snake. Certes, le Tour de France ou le Festival international du film de comédie of-frent déjà une belle mise en lumière mais « Tomorrowland a dynamisé notre marque. Il nous fait gagner des années de promotions. On a plus de 113 pays qui vont venir : Mexique, Singapour, les États-Unis qui arrivent en 5^e place, la Chine à la 9^e ».

C'est bon pour la notoriété de la station, pour celle des stations satellites qui mobilisent leurs hébergements, pour l'Oisans et l'Isère. La Région, elle aussi, apporte son soutien à hauteur de 400 000 euros, soulevant la critique du milieu culturel. « Cet événement est

aussi pour la station le moyen de faire découvrir son domaine. On veut dragner la clientèle internationale qui aujourd'hui passe ses vacances à Aspen (Colorado), Zermatt ou en Andorre », appuie Jean-François Badjilly, directeur de l'office de tourisme.

Les pass Tomorrowland, qui comprennent systématiquement soirées, logement et forfait ski, s'affichent à partir de 685 euros les 4 jours et dès 825 euros pour 7 jours.

Trop chers, entend-on. Sauf que les 20 000 pass pour cette année ont déjà été attribués... Les 36 000 personnes sur la liste d'attente se tiennent prêtes pour les futures éditions !

Un souffle nouveau envahit la station. Pour Antony Guzman, « l'Alpe d'Huez fait partie des dernières grosses stations indépendantes. Aujourd'hui, elle regagne du dynamisme à tous les niveaux. À la base, c'était une station innovante. Elle retrouve cet ADN ».

Estelle ZANARDI

Prochain épisode :
Les Arcs (Savoie)

La Chine, un pari pour l'avenir

Aujourd'hui, 70 % de la clientèle étrangère accueillie à l'Alpe d'Huez arrive du nord de l'Europe (Angleterre, Pays-Bas, Suède, Danemark, Belgique...). « Par le biais des longs courriers, moins chers, et du positionnement tarifaire attractif des Alpes françaises, on a de nouveaux marchés qui apparaissent : une clientèle nord-américaine, une autre plus surprenante venant d'Israël, et on sent un véritable engouement



du snowboard via des tutos-vidéo. La station de l'Oisans sera la toile de fond de ses prochaines productions qu'il partage sur tous les réseaux sociaux, dont We Chat, le premier en Chine. Son meilleur épisode a fait 210 000 clics.

À ses côtés, Yan Bing, créateur il y a 15 ans du premier magazine de snowboard en Chine (papier et web), confirme que « depuis cinq ans, beaucoup de Chinois apprennent à skier. Quand ils atteignent un

La Chine, un pari pour l'avenir

Aujourd'hui, 70 % de la clientèle étrangère accueillie à l'Alpe d'Huez arrive du nord de l'Europe (Angleterre, Pays-Bas, Suède, Danemark, Belgique...). « Par le biais des longs courriers, moins chers, et du positionnement tarifaire attractif des Alpes françaises, on a de nouveaux marchés qui apparaissent : une clientèle nord-américaine, une autre plus surprenante venant d'Israël, et on sent un véritable engouement de la Chine. »

Anthony Guzman, directeur marketing et commercial à la Sata (la société des remontées mécaniques), travaille depuis deux ans sur ce marché.

■ « Affirmer la France comme destination ski »

« On a invité des délégations de tour-opérateurs à tester le produit et on commence à récolter les fruits ».

Depuis le début de l'hiver, une centaine de clients venus de Chine ont effectué un séjour.



Anthony Guzman, directeur marketing et commercial de la Sata, se rend en Chine et accueille des délégations (de gauche à droite : Yan Bing, Wang Jialin et Lu Yu Ding, ex-membre de l'équipe nationale de snowboard) qui seront des relais d'opinion importants pour la station. Photo Le DL/E.Z.

« Ce sont de très gros consommateurs et les budgets sont très élevés ». Alors que Pékin organisera les JO d'hiver en 2022, le gouvernement met les moyens pour que toute la nation se mette au ski. Objectif : 300 millions de pratiquants à l'horizon 2022.

De belles perspectives et « un pari pour l'avenir », confirme M. Guzman, qui se rend aussi sur place avec d'autres stations. « On a besoin d'affirmer la France comme destination ski. On rencontre les pôles émetteurs, les tour-opérateurs et les

clubs de ski. »

En janvier, une délégation chinoise a également été reçue à l'Alpe d'Huez. Wang Jialin, professeur en communication à l'Université de Dalian, est aussi responsable du X Lab Studio, qui propose un enseignement

de snowboard via des tutos vidéo. La station de l'Oisans sera la toile de fond de ses prochaines productions qu'il partage sur tous les réseaux sociaux, dont We Chat, le premier en Chine. Son meilleur épisode a fait 210000 clics...

À ses côtés, Yan Bing, créateur il y a 15 ans du premier magazine de snowboard en Chine (papier et web), confirme que « depuis cinq ans, beaucoup de Chinois apprennent à skier. Quand ils atteignent un certain niveau, ils viennent en France ou ailleurs. Mes amis vont venir à l'Alpe, j'ai donc besoin de savoir comment est la station. On ne quitte pas beaucoup les skis : c'est un point fort. Et il y a le soleil ici ». Tout comme l'envie d'accueillir davantage de ses compatriotes.

« Sur le marché estival, la France est une des destinations préférées des Chinois. Si on suit les mêmes tendances sur le ski, c'est encourageant. »

E.Z.



SAV32 - V1

32 73

P1 T5 C7 PB 88V2

LDLSAVGE132

01 73A