

FRANCE-MONDE

ÉCONOMIE Entretien avec Henri Giscard d'Estaing, le PDG de la marque au trident

« Non, le Club Med n'est pas hors-sol »

Le numéro 1 mondial du séjour tout compris haut de gamme poursuit son développement dans les Alpes où il est basé dans 20 stations. Un resort ouvre en décembre à l'Alpe d'Huez (Isère). Rencontre sur le chantier de celui de la Rosière (Savoie), prévu pour 2020.

Après la chute de deux compagnies aériennes, que vous inspire la faillite de Thomas Cook, dont Fosun votre propriétaire chinois était aussi actionnaire ?

« Fosun a regretté que Thomas Cook n'ait pas pu trouver les moyens de sa survie. C'est l'illustration des difficultés d'un marché touristique en mutation où l'exigence d'adaptation est très grande, notamment sur le digital. Le Brexit est un des facteurs de ce qui est arrivé. »

« Bulle de construction »

Et dans cette économie touristique incertaine comment voyez-vous le tourisme de montagne ?

« Il est stagnant voire déclinant sur les marchés traditionnels, Japon, USA, France, mais est en forte croissance sur les pays émergents, la Chine, l'Inde, le Brésil. Si on arrive à diversifier la clientèle à l'international, et ce que le club fait entraînant les autres acteurs, il y a un potentiel de croissance. »

Il y a 4 ans vous aviez lancé dans nos colonnes un coup de gueule pour

réveiller la montagne française. On vous sent à nouveau inquiet.

« On allait dans le mur par la combinaison du raccourcissement de l'ouverture des stations et l'augmentation du prix des remontées mécaniques. Ce qui a été fait, notamment sur la fin de saison a porté ses fruits. On a engagé le travail sur l'été mais il reste beaucoup à faire. Aujourd'hui il y a un nouveau défi : l'inflation des coûts de construction rend le modèle économique tendu. Il faut être attentif à ce qu'une bulle de construction, un développement artificiel très rapide ne mette pas en danger ceux qui semblent ignorer les contraintes. La clientèle française baisse, la compétition est féroce pour attirer la clientèle internationale et le Brexit peut compliquer tout ça. »

« Redonner le goût des sports de glisse »

Vous-même en réalisant des hébergements à très grosse capacité, au rythme d'un village par an dans les Alpes vous y contribuez...

« Ce n'est pas la réalité. La capacité du Club Med dans les Alpes sur les trois dernières années a été stable, puisque nous avons fermé plusieurs villages (Chamonix, Méribel, Avoriaz, Deux Alpes...), de trop petite capacité pour des produits pas adaptés à notre clientèle. Nous ne contribuons pas à cette bulle, car nous sommes exigeants sur le modèle économique, avec une exploitation sur les ailes de saison et l'été et une grosse capacité,



Le patron du Club Med, en visite sur le chantier du futur resort de la Rosière (Savoie), un projet été/hiver de 1 000 lits à 130 M€ pour une ouverture prévue en 2020. Photo Le DL/Thierry GUILLOT

plus de 1 000 lits occupés à 90 % l'hiver. »

Allez-vous respecter votre rythme d'ouverture d'un village par an ?

« Une série de projets doit le permettre. L'Alpe d'Huez cette année et puis y a les rénovations extensions de Peisey-Vallandry et de Val d'Isère avec montée en gamme. Il y a le nouveau Tignes ou j'espère que l'intérêt collectif l'emportera sur les intérêts individuels (un recours au tribunal suspend le programme), et puis un resort est prévu à Valloire mais

aussi à la Clusaz, au Grand Bornand, Avoriaz... Un club n'a de sens que s'il est intégré à son environnement et à sa population locale. Nos clients veulent vivre une expérience qui ne soit pas hors-sol. Le Club Med n'est pas hors-sol. »

Comment sentez-vous la prochaine saison hivernale où les nuages du Brexit qui menacent ?

« À date, le Club Med est confiant, la diversité de nos marchés fait qu'on est moins sensible aux fluctuations. Mais il faut rester mobilisé

sur les bons enjeux, l'allongement des durées de saison, la diversification et redonner le goût des sports de glisse aux jeunes. »

« Le Club apporte de la vitalité au tissu local »

Vous êtes aussi attendus sur le défi climatique. Êtes-vous en phase avec les enjeux du moment ?

« Pour limiter l'impact nous suivons les normes les plus exigeantes dans le monde en termes d'écoconstruction, avec des standards de

gestion d'énergie (5 000 capteurs pour optimiser l'empreinte carbone). Et puis notre exploitation n'est plus centrée sur les sports de glisse mais sur l'expérience pour le client été hiver. L'été dernier nous avons eu 75 % d'occupation dans nos 6 villages dans les Alpes, avec un taux de satisfaction supérieur à l'hiver. Ce qui montre l'attrait de cette saison. À condition d'avoir des installations avec piscines intérieur/extérieur et de proposer des activités. On a pris des initiatives, comme l'observation astronomique ou

le VTT électrique. »

« Il faut savoir écouter les préoccupations »

Les maires espèrent votre venue dans leur station mais les populations se crispent parfois comme à la Rosière, et désormais à Valloire invoquant l'empreinte environnementale de vos projets...

« À la Rosière, c'était un ancien aérodrome désaffecté et bétonné, on a rendu une partie à la nature. Après il faut savoir écouter les préoccupations elles sont légitimes. Ici nous avons fait quatre réunions publiques avec la population et nous avons été amenés à faire des changements, sur la hauteur, les parements en bois... Nous nous efforçons de répondre aux attentes. Mais d'une manière générale, si les élus souhaitent avoir un Club Med c'est que chacun est conscient de la vitalité voire au renouveau, comme à Valmorel, que cela apporte au tissu local. À la Rosière il y a 400 emplois à la clé. Il faut veiller à l'intérêt général. Cette concertation nous la ferons aussi à Valloire. »

Aux Deux Alpes, les projets sont contestés par une exposition aux risques d'avalanches...

« Nous n'avons pas réussi à identifier avec les municipalités un lieu approprié. Nous souhaitons revenir aux Deux Alpes, mais les contraintes physiques, réglementaires font que c'est difficile. »

Propos recueillis par Antoine CHANDELLIER

bpifrance
SERVIR L'AVENIR

ENTREPRENEURS,

1 POUR
1 TOUS
POUR 1

#INNOGENERATION

10 OCTOBRE

» ACCORHOTELS ARENA PARIS

innogeneration.bpifrance.fr

#LetsGoFrance

KLÉSIA
PROTECTION ET INNOVATION SOCIALES

GSC
L'assurance
perte d'emploi
des dirigeants
et des entrepreneurs

LA POSTE