

Ischgl, “L’ibiz



a des Alpes”

Ischgl vibre au rythme des descentes à ski et des fêtes durant toute la saison d'hiver. Mais en même temps que les flocons blancs, les clients et autres fêtards s'en vont à la saison estivale poursuivre leurs activités vers des horizons plus méditerranéens. Ce serait alors au tour des familles de faire leur apparition. Seulement voilà, chaque médaille à son revers, même celle d'Ischgl...

➔ Par Laurent Vanat,
en collaboration avec Stéphanie Vanat
Photos : L. Vanat, TVB Paznaun/Ischgl





En haut : l'immense surface vitrée du Pardorama. Ce restaurant, également centre des congrès est l'un des piliers du développement d'Ischgl.

La station a choisi de communiquer sur le « Lifestyle des montagnes ». Cet argument commercial s'appuie, bien entendu sur la vie nocturne d'Ischgl mais aussi sur d'autres animations comme les concours de sculpture sur glace, des épreuves FIS de snowboard et les fameux concerts en plein air.

Située dans la vallée de Paznaun (Tyrol autrichien), à la frontière helvétique, Ischgl forme avec Samnaun la Silvretta Arena, un domaine skiable qui se partage entre la Suisse et l'Autriche. Il s'agit là du plus grand domaine relié d'Autriche. Ceci n'est toutefois que la partie émergée de l'iceberg, car Ischgl, généralement reconnue station la plus célèbre du pays, s'est elle-même surnommée « l'Ibiza du Tyrol ». Elle prétend ainsi être l'endroit le plus fou des Alpes, la métropole du *lifestyle* des montagnes ou encore la ville du flirt et de la fête. Ischgl va même encore plus loin en précisant le profil type du client ciblé : âgé de 25 à 55 ans, jeune dans sa tête, célibataire ou en couple, ayant un fort pouvoir d'achat et un mode de vie exalté. La couleur est ainsi clairement, annoncée : Ischgl ne se vend pas pour un classique village de montagne (calme, familial, romantique) ou pour être moins cher. Elle a créé son propre style, différent, et elle affirme sans ambiguïté ses ambitions. La station se prétend bruyante, urbaine, à l'opposé du tourisme tyrolien, une fabrique de rêves au même titre que Las Vegas ou encore l'équivalence même du divertissement.

Ischgl veut faire oublier le stress du quotidien à ses visiteurs grâce à la foule d'expériences qu'elle propose, telles des événements socio-culturels, des

divertissements exceptionnels, une bonne cuisine, un après-ski mouvementé et une vie nocturne légendaire. Bref, tout ce qui forme le style de vie haut de gamme et qui fait la réputation de ce lieu unique sur le marché. Voici donc un aperçu de ces grands événements, ces belles pistes, ces installations confortables et cette atmosphère qu'Ischgl se veut d'améliorer chaque année pour que son client n'ait toujours qu'un mot d'ordre en tête : s'amuser.

Un héritage paysan...

La station d'Ischgl est plutôt récente en tant que telle. En effet, il y a encore 50 ans, ce n'était qu'un banal petit village peuplé de paysans de montagne depuis des siècles, bien loin de son rang actuel. C'est l'ouverture du téléphérique de la Silvretta en 1963, la première installation de la station, qui déclencha le développement sensationnel du village jusqu'à en faire un lieu de vacances moderne, contrastant avec ses origines. Aux alentours du XIX^e siècle, le nombre d'habitants était de 800. Il commença à augmenter dans les années 70 pour s'élever aujourd'hui à 1 500, dont encore 62 paysans qui possèdent plus de 770 têtes de bétail.

À cet égard, lorsque l'on considère les nombreux hôtels garnis (comprenant seulement le petit déjeuner) encore jumelés avec une grange ou une





Interview de Dominik Walser, Manager marketing de l'Office de tourisme de Paznaun-Ischgl

Laurent Vanat > Comment les choses ont-elles commencé à Ischgl ?

Dominik Walser > La station a débuté dans le tourisme hivernal au début des années 60, avec la construction du premier téléphérique, le Silvrettabahn.

LV > Qui ont été les promoteurs initiaux du projet ?

DW > Ce sont les gens de la région qui ont lancé le projet et levé les fonds nécessaires au développement du site.

LV > D'où proviennent les fonds qui permettent de financer les nouveaux investissements en remontées mécaniques ?

DW > Les fonds sont générés par l'exploitation de la société Silvretta Seilbahn AG. Les actionnaires en sont les habitants de Ischgl. Ils renoncent au paiement de dividendes, ce qui place la société dans une situation confortable en termes de financement de ses investissements.

LV > Comment la station a-t-elle évité la création de « lits froids » ?

DW > Par chance, il y a eu dès le début un consensus non écrit de ne vendre aucun immeuble ou hôtel à des tiers.

LV > La plupart des hôtels sont exploités par des familles. Ces familles sont-elles issues des paysans de montagne d'autrefois ou le développement touristique a-t-il attiré des hôteliers ?

DW > Il s'agit effectivement encore de gens dont la famille était à l'origine paysans de montagne.

LV > La station vise-t-elle à développer davantage l'activité estivale ? Quels sont les objectifs à cet égard et les mesures entreprises ?

DW > Oui, nous nous efforçons d'améliorer la fréquentation estivale, en améliorant notre offre et en nous concentrant sur le mountain bike. Il ne semble toutefois pas réaliste d'espérer atteindre en été le niveau de fréquentation que nous avons en hiver.



Les 20 millions d'euros annuels uniquement consacrés au domaine skiable justifient la modernité des installations.

étable, il semblerait qu'une partie des paysans se soient partiellement reconvertis en hôteliers, sans qu'on trouve dans la station une grande tradition hôtelière comme il en est question à Zermatt, par exemple. Ainsi, seuls cinq hôtels sont exploités par des sociétés, tous les autres appartenant à des familles. Une certaine mentalité paysanne perdure donc, notamment aussi avec quelques difficultés à s'adapter à la réservation en ligne ou au paiement par carte de crédit, même si le village, les hôtels et les boîtes de nuit font réellement preuve de modernité et de style.

Avec 44 installations (dont 28 pour Ischgl) et ses 230 km de pistes, la Silvretta Arena offre durant les 150 jours de la saison d'hiver un domaine skiable idéal pour tous les niveaux, proposant half pipe, fun park et pistes non damées pour les plus chevronnés ou école de ski avec plus de 100 moniteurs pour les moins expérimentés. Les 580 canons à neige couvrant près de 90 % des pistes ont permis ces dernières années l'ouverture dans les temps, même si les chutes de neige n'ont pas toujours été au rendez-vous, comme ce fut le cas les trois dernières saisons.

... mais une station dernier cri

Tout cela a un prix, mais les remontées mécaniques de la Silvretta sont prêtes à le mettre, investissant toujours plus dans ce domaine. Et cela paie, puisque les skieurs qui viennent goûter au plaisir de

la glisse dans la Silvretta Arena totalisent 1,9 millions de journées-skieurs par saison. Si les clients affluent de la sorte, c'est qu'on ne lésine pas sur les moyens pour les satisfaire et leur offrir plus de confort. Les exemples sont multiples. Parmi eux, le remplacement durant l'été 2007 de la télécabine de Fimbabahn (Ischgl) 6 places par une 8 places à sièges chauffés qui fonctionnera hiver comme été. Les trois gares des deux tronçons ont été totalement démolies pour être entièrement refaites. Toutes les installations sont d'ailleurs très modernes.

La Silvretta Seilbahn AG, la société de remontées mécaniques d'Ischgl, qui détient une grande partie de celle de Samnaun, a également massivement investi dans le secteur de la restauration lorsqu'elle a estimé que les prestations étaient insatisfaisantes. C'est ainsi qu'ont vu le jour deux nouveaux concepts très modernes, le Pardorama pour la saison 2005/2006 et l'Alpenhaus au début de la saison 2006/2007. Le Pardorama, avec son architecture vitrée et sa terrasse qui ressemble plus à celle d'un lounge, ne tient pas plus du traditionnel restaurant de montagne que l'Alpenhaus qui comprend un coin VIP. Au total, le domaine compte 10 restaurants (6 sur Ischgl, 4 sur Samnaun) pour un total de 7 280 couverts, dont à peu près la moitié sont en extérieur.

Le domaine skiable d'Ischgl ne convergeant pas au village, mais plus haut, à Idalp, son développement n'était pas nécessairement évident. Des amé-



agements de la montagne ont été requis. Trois installations (un funitel, deux télécabines 4 et 8 places) partent de la vallée et ont fonction d'ascenseurs. Il est par ailleurs facilement possible de redescendre à ski jusqu'en station en empruntant l'une des deux pistes qui le permettent, offrant cinq débouchés au total, puisqu'elles se répartissent ensuite dans le village. Au milieu de ce dernier se trouve le départ du funitel Silvrettabahn, idéalement situé près de la grande route de contournement et au dessus de l'un des quatre parkings d'Ischgl (dont trois gratuits). Autre côté pratique, des magasins de location de matériel de ski se situent dans les bâtiments de départ des installations, ce qui épargne un trajet chargé aux utilisateurs. Des escalators et travelators souterrains disséminés un peu partout permettent aussi d'accéder au plus vite d'un niveau du village à l'autre, sans trop se fatiguer. Le skieur peut également prendre le plus traditionnel bus, inclus dans son forfait.

Un bâti conçu pour l'après-ski

L'aspect le plus frappant, ce sont les bâtiments : tous récents, modernes et d'une architecture soignée, comme si le village n'avait que quelques années. Les constructions qui paraissent plus vieilles se comptent sur les doigts d'une main, car, effectivement, chaque année le village est maintenu à neuf au prix d'un important chantier estival. Autre point impressionnant, le nombre d'hôtels quatre étoiles



Ischgl constitue avec Samnaun la Silvretta Arena, un domaine skiable qui se partage entre l'Autriche et la Suisse. Les fameux concerts hivernaux à Idalp (2 320 m) réunissent des milliers de skieurs.

L'option sportive pour arriver à Ischgl skis aux pieds consiste à franchir la montagne depuis la station suisse, et zone franche, de Samnaun, à condition de ne pas emporter avec soi 3 malles cabine de bagages. En franchissant la crête qui fait frontière, je m'attendais à entendre résonner la musique à boire des bars dont la station est bien dotée. Mais en lieu du bruit, c'est la vision d'un immense espace qui me saisit, s'étendant sur deux vastes combes et les crêtes voisines, généreusement équipé. Idalp, point focal du domaine, ressemble à une toile d'araignée tissée des câbles des téléportés. Pas moins de 4 installations majeures y arrivent, et autant en repartent. De larges pistes très bien aménagées et entretenues, de tous degrés de difficultés, permettent d'y accéder depuis la façade du domaine. A mi-chemin de la descente, je commence à percevoir la musique qui inonde

les immenses terrasses des restaurants, peuplées d'une foule de bronzés qui donnent au moins autant de poids à la joie de vivre qu'à la pratique sportive. Idalp affiche des airs festifs. Ceux-ci s'amplifient encore lorsque, trois fois par saison, des milliers de spectateurs affluent aux fameux concerts organisés au milieu des pistes, avec des stars de classe mondiale. Du point de vue des remontées mécaniques, là aussi, la station fait fort. A Idalp convergent les départs ou arrivées de deux ascenseurs acheminant les skieurs depuis le village (un funitel et une télécabine en parallèle) et de six télésièges débrayables assurant la liaison avec le reste du domaine skiable, dont deux 8 places et trois 6 places. Ces installations sont la plupart très récentes, dotées de bulles et de garages souterrains ou couverts pour le rangement des sièges. La station semble avoir

des moyens confortables pour s'équiper. Pour les skieurs encore en forme en fin de journée, de longues pistes (5 à 6 km) permettent de rallier le village depuis Idalp. Des embranchements permettent de rejoindre divers points du village, mettant la plupart des hébergements à moins de 300 mètres de la fin d'une piste. Pourtant, la station étant réputée pour son après-ski, une bonne part des clients ne se précipite pas vers son hôtel après avoir déchaussé, mais s'attarde plutôt dans les innombrables bars. A 7 heures du soir et davantage, je vois encore des skieurs regagner leurs hôtels, les skis sur l'épaule ! La vie nocturne enchaîne donc pour certains de façon non discontinuée avec l'après-ski. D'ailleurs, un conseil au visiteur qui chercherait du repos dans cette station : veiller à sélectionner un hôtel éloigné des bars après-skis et des boîtes de nuit.



A l'image d'animations comme le concours de sculptures de glace d'hiver, Ischgl développe de nouvelles activités pour conquérir une autre clientèle en été.

qui bordent les rues : 67 % des lits hôteliers appartiennent à des établissements de cette catégorie. Les logements en hôtels (qui, pour une grande partie, offrent la demi-pension) et autres auberges et pensions représentent d'ailleurs 61 % du total des lits marchands. Au rez-de-chaussée d'une grande partie des bâtiments sont édifiés des bars d'après-ski, afin que les fêtards puissent commencer les festivités sitôt après avoir déchaussé. Mais l'abondance des uns crée la pénurie des autres.

En effet, si les débits de bière sont plus que courants dans la station, d'autres commerces le sont bien moins. C'est ainsi que, hormis ceux des hôtels, les restaurants du village ne sont pas très nombreux, car les célébrations d'après-ski se prolongent très souvent, et le visiteur ne s'arrête alors plus pour un repas.

Ce sont certainement ces mêmes raisons qui expliquent que les commerces soient eux aussi en petit comité. Hormis les classiques magasins de sport et supermarchés, seules quelques boutiques de marques offrent des possibilités de shopping. Autre « victime », le centre sportif, pourtant superbe avec sa halle couverte et ses quatre terrains intérieurs de tennis, mais peu fréquenté et affichant des pertes.

Toujours dans le village d'Ischgl se trouve le grand complexe du Silvretta Center, qui comprend un restaurant, un wellness, une piscine intérieure, un bowling et une salle de congrès dans laquelle sont organisés concerts, expositions, congrès, bals, jazz nights, soirées tyroliennes. La station ayant privilégié l'hôtellerie, on n'y trouve, par contre, pas de grandes résidences touristiques. Les alternatives proposées se limitent à des auberges, des pensions ou des petites locations chez des particuliers, qui ont construit leur demeure en conséquence. Le faible nombre d'appartements constitue un des facteurs qui expliquent le peu de familles venant à Ischgl.

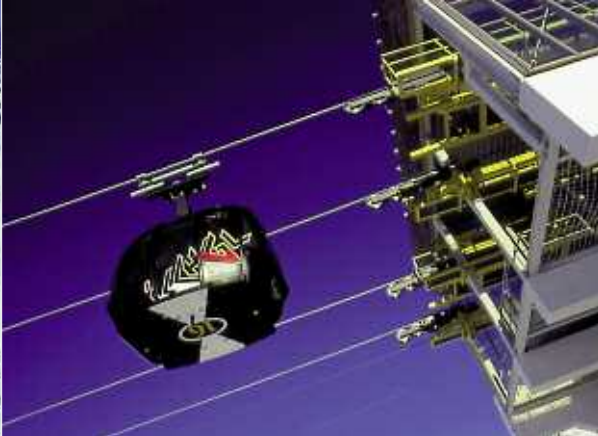
Le lifestyle à Ischgl

Si la vallée de Paznaun, le berceau de la région, a été élue comme l'un des trois meilleurs domaines d'Autriche, c'est que, selon l'office du tourisme,

Ischgl et la Silvretta Arena offrent un parfait mélange de sports d'hiver et de lifestyle. Le lifestyle serait presque la raison de vivre d'Ischgl. Car si les skieurs vont là-bas, ce n'est pas seulement pour avoir une expérience de ski sur ce grand domaine, mais c'est aussi pour voir et être vus. Seul un petit segment du marché est visé, celui des touristes qui recherchent de l'action et de l'amusement et qui en ont les moyens. Ischgl peut leur offrir des prestations à la hauteur de leurs attentes puisque toujours plus d'argent est investi pour améliorer leur confort. Mais qu'est-ce donc réellement que ce lifestyle dont la station a fait son leitmotiv ?

C'est la possibilité de choisir parmi une multitude son bar d'après-ski, dont la plupart sont en plein air, pour donner un aspect plus chaleureux à l'ensemble, c'est un grand nombre de fêtes, c'est se régaler de repas de grands chefs, c'est aller boire un verre dans un bar design ou encore aller danser dans de grandes discothèques. Et pour cela, 14 bars après ski et 7 nights clubs sont à disposition. La plus grande boîte de nuit peut même contenir 1 600 personnes, et on retrouve notamment le Pacha, un franchisé de la célèbre chaîne de discothèques présente partout dans le monde, qui vit le jour nulle part ailleurs qu'à Ibiza.

Mais le lifestyle, ce n'est pas seulement une affaire de nuits. Des événements tels que la FIS World Cup de snowboard ou des concours de statues de glace géantes animent le domaine skiable. Et trois fois par an, de gigantesques concerts gratuits baptisés « Top of the Mountain Concerts » sont organisés à Idalp, à 2 320 mètres d'altitude, en plein milieu du domaine skiable. Le premier se déroule en décembre, pour l'ouverture de la saison, le deuxième pour Pâques et le dernier pour l'arrivée du printemps. Chaque année ce sont des artistes de renommée mondiale qui se succèdent dans cet amphithéâtre naturel qui attire une foule de skieurs dansant en chaussures de ski (environ 16 000 personnes ont assisté au concert de fin de saison 2005/06). Pour fêter en grande pompe le passage à la nouvelle année, les visiteurs ont droit chaque 31 décembre à un show sons et lumières.



Multiplier les activités

Depuis quelques années, Ischgl fait des efforts pour sortir de sa torpeur estivale. Elle veut aussi faire de l'été une saison active afin que couples, célibataires et familles (également considérées, cette fois-ci) puissent jouir d'une « Bergsportcity » (ville de sport de montagne) aux possibilités illimitées. Quatre objectifs sont visés pour l'avenir estival de la station : devenir la Mecque du VTT, s'orienter vers les familles en développant les randonnées en montagne et le wellness, attirer des groupes (séminaires, sorties d'entreprises), et devenir une station de référence pour des groupes de jeunes ou des voyages de fin d'études. 300 km de chemins piétonniers sont praticables, et 38 circuits totalisant 1 000 km de parcours de tous les niveaux en font le plus grand eldorado VTT d'Autriche. 6 installations demeurent ouvertes (1 télécabine, 1 téléphérique et 4 télésièges), permettant la liaison permanente avec la Suisse par l'intermédiaire d'une série de téléportés. La saison s'ouvre par une compétition de sculptures de feu et d'autres événements ont lieu dans le courant des mois de vacances tels que le festival de jazz, l'Iron Bike (course de VTT), le Transalp Challenge, des courses de kart. D'autres activités telles que du canyoning, du rafting, des parcours dans les arbres sont encore proposées, ainsi que la possibilité de profiter de la piscine extérieure et des courts de tennis (trois en extérieur et quatre en intérieur) du centre sportif.

Au niveau des logements, c'est une saison très avantageuse pour les clients puisque la plupart des prix des hôtels sont cassés en deux. Certes, 35 % d'entre eux sont fermés, mais il reste quand même un certain choix d'établissements quatre étoiles plutôt bon marchés. Pourtant, si en hiver Ischgl est un paradis d'animation et de confort où le client est roi

et n'a pour devoir que de s'amuser, en été cette station, considérée comme l'un des lieux les plus importants et populaires d'Europe pour les sports d'hiver, s'endort quelque peu...

Remédier à l'hibernation estivale

Les clients ciblés l'hiver ont entre 25 et 55 ans, une certaine liberté et de bons moyens financiers, entre autres. Il s'agit là d'un segment restreint du marché qui exclut les seniors (trop vieux), les VTTéistes (pas si fortunés que ça) et les familles, pour la plus grande majorité. Seule la clientèle wellness peut se targuer d'être en partie visée. Avec de tels critères, il est impossible d'avoir la même clientèle cible été qu'hiver. Car en été, les clubbers veulent le soleil, la mer, la plage, la chaleur. Ils vont donc passer leurs vacances au Sud, à Ibiza (le vrai), Saint-Tropez, en Espagne ou en Italie, là où fêtes et animations prennent leurs quartiers estivaux et où ils trouveront le « sea, sex and sun ».

Pour certaines stations, c'est alors le moment où afflue la clientèle asiatique, mais Ischgl n'a pas un profil correspondant aux attentes du marché oriental, qu'elle ne vise d'ailleurs absolument pas. Ce sont plutôt les familles et les seniors qui optent pour la montagne afin d'y trouver quelque repos et possibilités de randonnées dans un joli cadre. L'ennui, c'est que ce n'est pas eux qu'Ischgl vise en hiver à travers sa promotion. Il faut donc faire comprendre à cette clientèle que le village est différent l'été et trouver un moyen de les attirer en s'y adaptant et en se forgeant deux faces, une pour chaque saison, à l'instar de Flims-Laax, par exemple.

L'ambiguïté du système, c'est que les personnes ciblées en hiver sont loin pour l'été et que c'est de celles écartées l'hiver dont la station aurait alors besoin pour bien fonctionner.

L'économie d'Ischgl

→ La société des remontées mécaniques d'Ischgl, qui détient également les restaurants de montagne, le Silvretta Center et le centre sportif, appartient pour 50,2 % aux communes, 19,4 % à l'office du tourisme, et le reste essentiellement aux habitants.

→ Chaque année, ce sont environ 20 M€ qui sont investis globalement, uniquement pour le domaine skiable. Un montant au moins équivalent est dépensé pour rénover et agrandir les hôtels dans le village. C'est ici que se cache le secret de la modernité des installations et des constructions.

→ La société des remontées mécaniques d'Ischgl, la Silvretta Seilbahn AG possède à 49,2 % celle des remontées mécaniques de Samnaun, la Bergbahnen Samnaun AG.

→ 82 % de la société est financée en fonds propres, ce qui représente environ 120 M€.

Avec un CA consolidé de plus de 60 M€ (dont 47 pour les transports et 13 dans la restauration), c'est la société de remontées mécaniques la plus importante d'Autriche.

→ Ischgl totalise 68 % des passages aux installations alors que Samnaun en réalise 32 %. Ceci permet de voir comment se répartit le ski, sachant que 82 % des clients du domaine viennent d'Ischgl contre seulement 18 % pour Samnaun. Les stations sont dépendantes l'une de l'autre.

→ Le revenu des remontées mécaniques en été équivalait à peine à 1 % du chiffre d'affaires. Le jour le plus fréquenté, environ 1 000 personnes sont comptées contre 20 000 pour les plus grosses journées d'hiver.

→ Les chiffres sont très significatifs : 91,5 % des nuitées sont faites en hiver pour un petit 8,5 % l'été. À titre comparatif, la répartition pour Zermatt est de 40 % en été pour 60 % en hiver.

Ischgl en chiffres



Nombre de lits marchands	13 095
Altitude minimale	1 377 m
Altitude maximale	2 864 m
Dénivelé	1 487 m
Nombre de km de pistes	230
Nombre de pistes	66
Nombre de remontées mécaniques (Ischgl + Samnaun)	44 (28 + 16)
Moment de puissance	31 759
Nombre d'enneigeurs	580
Nombre de journée-skieur 2006-2007	1 873 102
Nombre de journée-skieur (moyenne 4 dernières années)	1 924 887

Tarifs des forfaits 2007-2008 (en euros)

Durée (en jour)	Adulte	Enfant	Senior
Non skieur	17,00	9,00	14,00
1/2 à partir de 11.30	33,50	18,50	28,00
1/2 à partir de 14.00	20,50	18,50	28,00
1	41,50	24,00	37,00
2	82,00	46,50	69,50
3	103,50	68,00	101,50
7	212,50	141,00	210,00
14	344,50	222,50	340,50
Saison	597,00		528,50

Type d'installation	Somme des moments de puissance			Somme des capacités horaires (p/h)		
	Ischgl	Samnaun	Total moments de puissance	Ischgl	Samnaun	Total capacité horaire
Funitel	3 306		3 306	6 880		6 880
TC4	2 209		2 209	3 500		3 500
TC8	2 660		2 660	5 600		5 600
TCorde	7		7	750		750
TF		1 744	1 744		2 420	2 420
TK	401	371	772	5 080	4 700	9 780
TSD4	5 782	2 983	8 765	9 500	7 600	17 100
TSD6	5 105	3 726	8 831	15 750	11 600	27 350
TSD8	2 064		2 064	6 700		6 700
TSF2	274		274	1 440		1 440
TSF4	510	303	813	1 615	1 500	3 115
TSF6	315		315	2 220		2 220
Total	22 633	9 127	31 759	59 035	27 820	86 855

Comparatif inter-stations

Avec près de 2 millions de journées-skieurs en moyenne sur les dernières années, la Silvretta Arena arrive presque à hauteur des géants de La Plagne, de S3V ou de Whistler-Blackcomb. Il apparaît donc judicieux de comparer les données de tous ces domaines afin de pouvoir en tirer d'intéressantes conclusions qui n'apparaîtraient pas d'une autre manière.

La première chose frappante, c'est le nombre de lits marchands d'Ischgl, très bas en comparaison des autres stations. Cependant, la bonne opération de la station autrichienne, c'est que le nombre de journées-skieurs par lit marchand est en moyenne plus de quatre fois supérieur à celui de la Plagne ou des 3 Vallées, mieux que le déjà très bon Whistler. La capacité est donc mieux valorisée du côté du Tyrol. Autre remarque intéressante, pour un nombre d'installations quasiment moitié moins grand que celui de la Plagne ou de Courchevel-Méribel-Mottaret, Ischgl atteint un moment de puissance à peu près équivalent. Quant au prix moyen d'une journée-skieur, il est tout à fait dans les normes.

	Silvretta Arena	Whistler / Blackcomb	La Plagne	Courchevel-Méribel-Mottaret
Nombre de lits marchands	13 095	20 000	46 589	62 000
Altitude minimale (mètres)	1 377	653	1 250	1 300
Altitude maximale (mètres)	2 864	2 284	3 250	2 700
Dénivelée maximale (mètres)	1 487	1 631	2 000	1 400
Nombre de pistes	66	200	134	151
Nombre d'installations	44	25	84	81
Capacité horaire (skieurs / heure)	86 855	55 600	137 228	106 210
Moment de puissance	31 759	26 473	34 412	31 776
Journées-skieurs (moyenne 4 dernières années)	1 924 887	2 036 200	2 629 720	2 128 765
Journées-skieurs / installation	43 747	81 448	31 306	26 281
Journées-skieurs / unité de capacité horaire	22	37	19	20
Journées-skieurs / unité de puissance	61	77	76	67
Journées-skieurs / lit marchand	147	102	56	34
Prix moyen de la journée-skieur (EUR)	25	22,15	22,34	25,72
Skieurs horaires / piste	1 316	278	1 024	703



Ischgl : une station estivale ?

La question se pose, cependant, de savoir si Ischgl veut réellement développer son activité d'été, vu la manière dont les affaires marchent en hiver. Elle ne semble pas réellement en avoir besoin et tient tant au confort et à la modernité durant la saison blanche qu'il faut bien préparer le terrain à un moment. Et ce moment, il n'y en a qu'un, l'été, où la station entière (village et domaine) grouille de travaux de rénovation, de démolition, de reconstruction. Ceci malheureusement au détriment des visiteurs. Car, en effet, si le client hivernal est roi, le client estival semble un peu devoir en subir les conséquences.

Le village n'est plus piéton, plus fort encore, la rue piétonne est interdite aux piétons par endroits et de gros camions de chantier ou autres voitures passent sans arrêt au pied des terrasses. Il est regrettable de voir un village si joli et soigné perdre un peu de son charme en étant transformé en pôle de circulation, surtout lorsque l'on sait que l'un des facteurs primordiaux pour une station est de pouvoir s'y promener à pieds, sans danger. Tout aussi regrettable, le peu de monde dénombré, avec des infrastructures si modernes et vastes, qui permettraient pourtant d'attirer plus de gens, à l'instar du Pardorama. Ce restaurant, également centre de congrès, idéal pour des événements spectaculaires tels des productions TV, se doit d'attirer des visiteurs même en été. Il représente l'un des points cruciaux du développement du tourisme estival à Ischgl.

La station devrait donc s'atteler à mieux assumer cette ambiguïté et faire un petit effort en été pour prendre en main la différence entre les deux saisons. Au vu des moyens mis en œuvre pour combler le client en hiver, nul doute que c'est une mission à la portée de l'endroit. ←