**JO Pékin 2022, une participation française**

*Site Montagne leaders, publié le 9 février 2022, rédigé par Léo Guilbert*

**Alors que les JO d’hiver battent leur plein à Pékin, plusieurs entreprises françaises ont déployé leur savoir-faire sur des projets en lien avec l’événement international et le développement du ski en Chine. Ces réalisations sont à la fois une fierté et un gage de l’expertise de la filière française.**

Incontestablement, le 31 juillet 2015 a marqué un tournant considérable dans le développement de l’industrie du ski en Chine. Grâce à l’organisation des Jeux olympiques d’hiver 2022 confiée par le Comité international olympique (CIO) à Pékin, la Chine a lancé un vaste plan pour construire des stations de ski *ex nihilo* et encourager ses citoyens à faire du ski et du snowbaord afin d’atteindre l’objectif quelque peu illusoire de 300 millions de pratiquants en 2022. *« Les 300 millions ne sont pas des skieurs, mais des participants aux sports d’hiver, parmi lesquels étaient visés, à ma connaissance, 120 millions de pratiquants »*, nuance Laurent Vanat, expert des stations de ski à travers le monde. Mais avec à peine 15 millions d’adeptes de la glisse, le compte n’y est pas. Néanmoins, ce contexte olympique et les ambitions gouvernementales de « l’Empire du Milieu » ont représenté un effet d’aubaine pour l’industrie du ski, et notamment pour les entreprises françaises, habituées à exporter leur savoir-faire et leur expertise en la matière. Directement impliquée dans la création des sites olympiques ou dans le développement de nouvelles stations (on dénombre aujourd’hui près de 800 domaines skiables) ou de ski-dômes, l’excellence française a contribué à rendre ces Jeux olympiques possibles, alors que la Chine ne présentait pas tous les atouts pour accueillir le plus grand événement de sports d’hiver de la planète.

**Une tradition des Jeux**

Si la bataille fait rage avec Doppelmayr concernant les appels d’offres des sites olympiques, et que POMA n’a pas été choisi pour Pékin 2022, comme pour l’édition 2018 à Pyongchang (Corée du Sud), l’entreprise française a déjà équipé de nombreux sites olympiques comme Sotchi (Russie) en 2014 ou Vancouver en 2010. Cependant, POMA peut se targuer d’une présence en Chine depuis 2007 via sa filiale POMA Beijing et de la mise en œuvre de nombreux projets d’envergure comme ceux de Fulong, Secret Garden, Cuiyunshan ou le plus emblématique, Thaiwoo Ski Resort avec un contrat de 200 millions d’euros à la clé. En parallèle, POMA Beijing assure la vente des dameuses Prinoth et des enneigeurs Demaclenko en Chine. Pour les JO de Pékin, elle a remporté le contrat exclusif sur les dameuses pour tous les sites olympiques et la maintenance d’environ quinze machines.

**L’enjeu de l’enneigement**

À propos de la neige de culture, élément crucial pour ces Jeux puisqu’elle recouvrira 100 % des sites olympiques, les opportunités étaient également colossales. L’enneigement étant très faible en Chine, malgré le froid dans certaines provinces, le recours aux enneigeurs et à la neige de culture est indispensable. Que ce soit pour les JO, les sites périphériques ou les autres stations du pays, le marché est fructueux pour les entreprises spécialisées, dont MND Snow (ex-SUFAG) qui a signé plusieurs contrats avec son partenaire chinois Beijing Snow Elan depuis 2017, notamment dans la province du Hebei, terre d’accueil des XXIV e Jeux d’hiver.

[…]

**Acculturer les Chinois au ski**

Comme précisé précédemment, les ambitions des autorités chinoises sont très élevées. Et ne collent certainement pas avec le potentiel réel de pratiquants de sports d’hiver. Quoi qu’il en soit, les JO doivent servir de catalyseur et l’après quinzaine sera plus déterminant que les six années et demie qui viennent de s’écouler. *« Les mentalités commencent à évoluer. Les clients se fidélisent à la pratique grâce à de meilleures infrastructures. Notre volonté est bien évidemment de poursuivre notre développement ici, car il y a des opportunités. Nous regardons plus loin que 2022 date à laquelle nous ouvrirons deux nouveaux établissements »*, analyse David Guigaz, directeur Montagne en Asie pour le Club Med. Dans un rôle qui va au-delà du développement touristique, le Club Med, aux côtés de l’ESF, contribue à former les moniteurs de ski et accompagne la Fédération de ski avec le concours de Décathlon, Rossignol ou encore Andros.

De façon indéniable, le projet olympique a ouvert un marché pour les entreprises françaises de l’industrie de la montagne. Leur expertise a été et sera bénéfique pour le développement de cette économie de loisirs durant les prochaines années afin d’accompagner les rêves les plus fous des autorités pour faire de la Chine, un pays de ski. Un titre qui vaut presque toutes les médailles.