



Communiqué de presse  
10 février 2020

Etude ANMSM-G2A « ConsoMontagne Jeunes<sup>1</sup> »

## LES STATIONS DE MONTAGNE A LA CONQUETE DES JEUNES !

Alors que débutent les vacances d'hiver, l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne (ANMSM), en partenariat avec le cabinet G2A, présente une étude inédite sur les habitudes de consommation des 18-24 ans en stations de montagne et met en lumière quelques initiatives locales conçues pour cette clientèle spécifique.

### Les jeunes et la montagne : moins de ski et un budget plus serré

- Parmi les adultes qui fréquentent les stations, **14% ont entre 18 et 24 ans**. Un chiffre qui reste stable depuis plusieurs années (13% en 2012).
- En montagne, les jeunes sont déjà en majorité des clients fidèles (64% en 2019). Un chiffre en croissance depuis 2012 (57%) démontrant l'attachement des jeunes à la montagne.
- Les jeunes sont attentifs à leurs dépenses avec un **budget moyen consacré à leur séjour dans les stations qui s'élève à 1322 euros**, contre 1560 euros en moyenne
- Leur durée de séjour moyenne est légèrement plus courte que celle des autres vacanciers : 4,8 nuitées en 2019 contre 5,7 nuitées pour l'ensemble de l'échantillon. Les 18-24 ans sont ainsi 59% à privilégier les courts séjours.
- Enfin, s'ils skient moins : 3,8 jours en moyenne en 2019, contre 4,4 jours pour l'ensemble de l'échantillon, leurs dépenses liées aux activités hors ski s'élèvent à **12% de leur budget**, contre 5% pour l'ensemble de l'échantillon.

*« Nous voulons faire découvrir nos territoires de montagne et leurs attraits aux jeunes. Les stations de montagne sont pour cela pleinement engagées pour diversifier leur offre d'hébergements, proposer des tarifs adaptés et des activités autour du ski et hors ski qui répondent davantage aux attentes exprimées par les 18-24 ans. Nous pensons également qu'il est nécessaire d'agir dès le plus jeune âge en favorisant aussi les classes de découvertes et les colonies de vacances pour qu'ils viennent, qu'ils aiment et qu'ils reviennent ! »* déclare Charles-Ange Ginesy, Président de l'ANMSM.

---

<sup>1</sup> Enquête réalisée en ligne auprès des 1023 personnes représentant les Français âgés de 18 ans ou plus ayant effectué au moins un séjour en station de montagne.

## Séduire davantage les jeunes de 18-24 ans ? De nombreuses stations relèvent le défi !

- Pour proposer des tarifs plus compétitifs aux jeunes dont le budget est plus restreint, certaines stations ont fait **le pari des auberges de jeunesse nouvelle génération et d'une offre hôtelière communautaire, connectée et conviviale**. C'est, par exemple, le cas des Houches avec le Rocky Pop, des 2 Alpes avec The People Hostel, ou encore des Menuires et la Plagne avec HO36 ;
- **De nombreuses stations accueillent des festivals de musique** (Rock the Pistes, TomorrowLand...) **ou évènements de sport extrême** (Les Arcs Launchap...);

D'autres enfin ont mis en place des **activités innovantes à sensation particulièrement appréciées des jeunes** (luge de nuit dans le RodéoPark au cœur du domaine des Arcs/Peisy-Vallandry, Fantasticable, l'une des tyroliennes les plus rapides du monde à la Bresse...).

**Etude ANMSM-G2A « ConsoMontagne Jeunes » disponible sur demande.**

### **Contacts presse :**

#### **ANMSM :**

Stéphanie Kanoui (agence The Desk) 06.11. 66. 00 50/ [stephanie@agencethedesk.com](mailto:stephanie@agencethedesk.com)

Constance Legrand (agence The Desk) 06.79 98 30 92/ [c.legrand@agencethedesk.com](mailto:c.legrand@agencethedesk.com)