



Communiqué de presse
Paris, le 6 mai 2020

Observatoire National des Stations de Montagne ANMSM – Atout France

Bilan de la Saison hivernale 2019/2020 Et crise sanitaire : quel impact pour les stations de montagne ?

La saison hivernale 2019/2020, brutalement interrompue par la fermeture des stations le 15 mars, avait pourtant bien débuté. La fréquentation touristique pendant les vacances de Noël et le mois de janvier, notamment, s'inscrivait en progression par rapport à l'année précédente. Les vacances d'hiver, elles, ont été marquées par un léger repli, du fait notamment d'une dernière semaine très peu fréquentée. Les bonnes perspectives de printemps permettaient d'envisager un bon bilan pour cette saison, avant le confinement.

Au 15 mars : un bilan globalement positif

- A l'issue des vacances d'hiver et de la première semaine du mois de mars, **les performances de fréquentation des hébergements étaient quasi équivalentes à celles de l'an passé, avec un taux d'occupation de 78%, en léger repli de seulement -0,3 point.** Les hausses des taux d'occupation par rapport à la saison précédente ont notamment concerné les hôtels (+3 points) et les hébergements de particuliers à particuliers (+1 point).
Les niveaux de fréquentation des clientèles, tant françaises qu'internationales, ont été équivalents à ceux de la saison passée.
- Cette saison s'est caractérisée par **un niveau d'enneigement très hétérogène selon les massifs.** Avec un niveau moyen de 7,8 sur une échelle de 10, pour l'ensemble des massifs, l'indice de skiabilité (indice basé sur le taux d'ouverture des pistes) affiché par les stations, recouvre de fortes disparités. S'il a été excellent pour l'ensemble du territoire savoyard et haut-savoyard (supérieur ou égal à 9), il a été correct pour les Pyrénées, les Alpes du Sud et l'Isère mais il a, en revanche, été faible, voire très faible dans les Montagnes du Jura, le Massif Central et les Vosges.
- La **fréquentation des domaines skiables a reculé de 2% et les ventes en ligne des écoles de ski ont progressé de 6%.** La fréquentation des espaces nordiques a été excellente dans les Alpes du Nord et les Alpes du Sud mais a reculé dans les autres massifs en raison de l'enneigement aléatoire qui a empêché l'ouverture de certains sites. Enfin, le chiffre d'affaires des magasins en stations a reculé de 1% par rapport à l'an passé.

Sur l'ensemble de la saison : le très fort impact de la crise sanitaire

- Pour l'ensemble de la saison, le volume de nuitées accuse **un recul significatif, de -20,8% du fait de la fermeture anticipée des stations.**

- La majorité des stations (58%), observe des **pertes supérieures à -15% de leur chiffre d'affaires** (toutes activités confondues), pour l'ensemble de la saison hivernale. **Pour 9% d'entre elles, ces pertes sont même supérieures à -30%**. Parmi les secteurs analysés, les prestataires d'activités de loisirs, les hébergeurs, ainsi que les restaurateurs semblent particulièrement impactés.

Quelles perspectives pour l'avenir ?

- Pour relancer l'activité touristique, **les professionnels évoquent, à 47%, l'intérêt de mener une campagne de communication**, en ciblant la clientèle française, avec un discours basé sur les vertus de la montagne (bien-être, dépaysement, nature et grands espaces, proximité géographique pour certaines clientèles...), afin d'encourager les départs lors de la saison estivale, dès que les conditions sanitaires le permettront.
- Les craintes principales avancées par les stations portent néanmoins sur le manque actuel de visibilité précise **concernant la fin du confinement et la préparation de la saison estivale**. Les prochains jours devraient permettre de clarifier les modalités futures. Cette préoccupation est relayée par 63% des répondants.

Pour Charles Ange Ginésy, Président de l'ANMSM : « Nous avons besoin aujourd'hui de plus de clarté sur les conditions exactes de la reprise de l'activité afin de préparer l'accueil des vacanciers dès cet été et leur permettre de venir se ressourcer et s'oxygéner au sein des grands espaces offerts par nos stations de montagne. Une campagne de communication nationale sera engagée avec France Montagnes et les massifs auprès de la clientèle française pour soutenir les stations et la relance de l'activité qui est absolument cruciale pour nos territoires ».

Note de conjoncture (Saison hivernale 2019 -2020 - Bilan de la saison hivernale - Focus sur les conséquences de la crise sanitaire) disponible sur demande.

Méthodologie

Les résultats de l'enquête sont basés sur les données G2A pour l'ANMSM et Atout France sur un panel de 380 000 lits représentatifs du marché de la montagne. G2A est certifiée ISO 20252 :2012. Une enquête menée auprès de certains membres de l'ANMSM complète le volet quantitatif de l'étude. S'y ajoutent les données transmises par Domaines skiables de France (DSF), le Syndicat National des Moniteurs du Ski Français (SNMSF), l'Union Sport & Cycle et Nordic France.



Contacts presse :

ANMSM : Stéphanie Kanoui (Agence The Desk) 06.11. 66. 00. 50/ stephanie@agencethedesk.com

Atout France : Stéphanie Cadet – 01 42 96 70 75 stephanie.cadet@atout-france.fr