

## **Etude ConsoMontagne : plus d'un séjour à la montagne sur deux se fait en famille**

*Résultats de l'enquête de l'ANMSM sur les habitudes de consommation en station*

Alors que les premières chutes de neige annoncent l'arrivée de l'hiver, l'Association Nationale des Maires de Stations de Montagne (ANMSM) révèle le portrait type du vacancier à la montagne en 2018. L'étude ConsoMontagne décrypte les habitudes de consommation des Français aux sports d'hiver depuis 2012. Une fois encore, les vacanciers ont démontré leur fidélité pour les sports d'hiver. Des vacances qu'ils passent en famille avec un budget raisonnable.

### **La destination montagne reste un incontournable**

Depuis 2012, la fidélité des Français pour les stations de ski n'a cessé de croître. Durant l'hiver 2017-2018, presque 3 clients sur 4 (73 %) n'en étaient pas à leur premier séjour à la montagne. Une augmentation de 2 points par rapport à l'année précédente, et de 6 points depuis les débuts de l'étude ConsoMontagne en 2012.

La montagne est une destination de choix pour les familles. Au total, plus d'un séjour sur deux à la montagne (56 %) s'effectue avec des enfants. Cette saison, la destination a également été prisée par les couples sans enfant qui, plus nombreux qu'en 2017, représentent 28 % de la clientèle (+ 3 points). A l'inverse, les célibataires sans enfant sont moins partis à la montagne, on note une baisse de 3 points cette année.

**« Grâce à l'étude ConsoMontagne, l'ANMSM étudie les évolutions des modes de consommations des Français aux sports d'hiver. Nous sommes ravis de voir l'attrait des familles pour la montagne se renforcer au cours des années. Notre accompagnement des stations avec le label « Famille Plus » est en ce sens un véritable gage de qualité pour l'accueil des familles. »** commente Charles-Ange Ginésy, Président de l'ANMSM.

### **Une réservation tardive grâce à Internet**

Plus d'un vacancier sur 3 (35 %) a réservé ses vacances aux sports d'hiver entre 1 et 3 mois à l'avance. Presque un quart des Français (24 %) partis à la montagne ont bloqué leur location entre 8 et 30 jours avant leur départ. S'ils s'y prennent toujours plus tard, en moyenne 50,2 jours l'hiver dernier contre 54,9 jours en 2014, les Français ont à cœur de faire le bon choix. Pour cela, plusieurs critères entrent en ligne de compte dans le choix de la station et de la réservation l'hébergement des clients.

28 % des vacanciers déclarent comme facteurs déterminant leur choix de station de ski, « le prix » et « le domaine skiable », soit respectivement 3 points et 6 points de plus que l'année précédente. Les solutions d'hébergements offertes par la station ont motivé la prise de décision de 22 % des Français. Les installations dédiées aux familles ainsi que la distance ont également joué un rôle décisif pour respectivement 24 % et 21 % des touristes à la montagne (soit +3 et +5 points).

55 % des clients ont indiqué que lors de la réservation de leur logement, leur critère principal était son emplacement. La qualité de l'accueil plébiscitée par presque un quart (24 %) des répondants, l'autonomie et la liberté offerte par la solution choisie (22 %) ainsi que le degré de confiance (21 %) sont les autres éléments influençant le choix de l'hébergement.

Internet s'impose comme le principal moyen de réservation de séjours pour les particuliers. Le nombre de locations effectuées depuis un site de particulier à particulier a fait un bond de 12 points (68 %) notamment soutenu par l'essor de la plateforme Airbnb qui a concerné 22 % des réservations en 2018

contre 15 % en 2017. Le Bon Coin a reculé de 4 points bien qu'il ait permis 23 % des réservations effectuées auprès d'un particulier. Un quart des vacanciers a également fait appel à son propre réseau pour trouver son hébergement. Seulement 7 % des Français se sont rendus sur le site de la station pour chercher, soit moitié moins qu'en 2017.

## Une clientèle sportive

L'étude ConsoMontagne se penche également sur la pratique d'activités sportives en montagne et démontre un véritable dynamisme chez les vacanciers.

Le ski reste l'activité phare des séjours en stations. 73 % des Français partis à la montagne ont dévalé les pistes en ski. Viennent ensuite la promenade dans les villages et les randonnées plébiscitées par 58 % des personnes sondées. 29 % se sont également promenées en raquettes, 6 % ont utilisé les skis de randonnées. Le snowboard a séduit 11 % des vacanciers contre 6 % en 2017. La pratique du ski de fond poursuit la même trajectoire avec une augmentation de 9 points lors de la saison hivernale 2017-2018 (+9 points).

Après l'effort, le réconfort ? Il semblerait que l'adage se vérifie en haut des cimes puisque les touristes ont émis le souhait d'enrichir leur expérience en stations par d'autres activités. Si près d'une personne sur 5 (19 %) souhaite voir l'offre de shopping développée, 12 % des vacanciers demandent une augmentation des services de bien-être. 18 % des sondés aimeraient également plus de spectacles et de démonstrations sur les pistes.

En effet, les séjours montagnards ne servent pas tous le même objectif. Si le ski est un critère primordial pour plus de la moitié de la clientèle des stations de la Tarentaise (53 %) et de Maurienne (58 %), les Français sont également partis à la montagne pour retrouver le calme et respirer. La recherche de l'air pur, la nature, le calme, la détente, la coupure et le dépaysement font partie des facteurs les plus mentionnés par les vacanciers.

### Facteurs les plus discriminants par massifs

<b>Tarentaise</b>	Le ski/snowboard (53%)	La neige (43%)	Les paysages (36%)	La coupure / le dépaysement (20%)
<b>Hautes Alpes / Sud</b>	Se retrouver en famille / entre amis (32%)	C'est vivifiant (12%)	Le soleil (12%)	La fête (10%)
<b>Pyrénées</b>	La neige (40%)	Se retrouver en famille / entre amis (31%)	La nature (24%)	Les promenades (17%)
<b>Haute-Savoie / Mont blanc</b>	L'activité physique (25%)	La nature (25%)	La détente (20%)	Sapins et chalets enneigés (16%)
<b>Isère / Vercors</b>	L'air pur (25%)	C'est vivifiant (16%)	Le calme, c'est reposant (15%)	La lumière (7%)
<b>Maurienne</b>	Le ski/snowboard (58%)	Le soleil (25%)	Le calme, c'est reposant (17%)	L'activité physique (17%)
<b>Vosges-Jura / Massif central</b>	L'air pur (45%)	La nature (23%)	Le calme, c'est reposant (14%)	La lumière (14%)

## Des vacances connectées

Le taux de vacanciers ayant utilisé les réseaux sociaux durant leur séjour atteint jusqu'à 83 % pour les moins de 25 ans. En moyenne, 36 % des sondés ont reconnu avoir utilisé les réseaux sociaux pour publier des photos de leur séjour. Près d'une personne sur 4 (24 %) y a eu recours pour garder le contact avec les proches restés à la maison quand 22 % les ont utilisés pour communiquer avec leurs compagnons de séjour.

21 % des personnes interrogés ont téléchargé l'application de la station où ils résidaient pour consulter la météo (76 % d'entre eux), le plan des pistes (66 %), les conditions d'enneigement (53 %), les activités et après-ski proposées par le lieu (26 %), les horaires des navettes (20 %) et les informations routières (11 %).

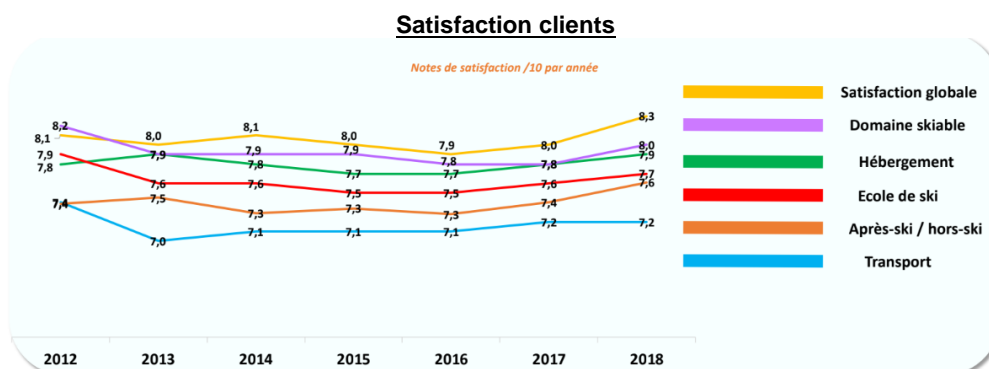
## Pour un budget de plus en plus abordable

**En moyenne, un séjour au ski revient à 73€ par jour et par personne. C'est 8 euros de moins que l'année précédente.**

Le revenu moyen des Français a augmenté en 2018, passant de 3 678 € en 2017 à 3 765 €. Logiquement, la part du budget dans le revenu a baissé, s'établissant ainsi à 40 % contre 47 % en 2012. Ce ratio n'a jamais été aussi bas depuis les débuts de ConsoMontagne, permettant à des plus petits budgets de profiter des joies des sports d'hiver.

L'étude met également en évidence une diminution quasi-constante du budget **au cours de ces 7 dernières années.**

Ainsi, les Français, toujours fidèles à la montagne ont indiqué vouloir y retourner et recommander la destination. Le taux de satisfaction globale a augmenté en 2018 avec une note générale de 8,3/10 contre 8,0 en 2017. Jusqu'à 78 % des répondants ont assuré recommander un séjour à la montagne, la probabilité de retour peut atteindre elle jusqu'à 81 %.



## Etude complète sur demande

### Méthodologie

L'enquête menée depuis 7 ans (panel G2A-LHM) pour l'ANMSM est basée sur l'étude d'échantillons représentant les Français de 18 ans ou plus ayant effectué au moins un séjour (avec minimum une nuitée) aux sports d'hiver, en utilisant la méthode des quotas (sexe, âge, région et revenu). Environ 1000 répondants ont renseigné, en ligne, le questionnaire.

- 2012 : 1015 répondants
- 2013 : 967 répondants
- 2014 : 1043 répondants
- 2015 : 1018 répondants
- 2016 : 1027 répondants
- 2017 : 1030 répondants
- 2018 : 1034 répondants

**L'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne (ANMSM)**, fédère plus d'une centaine de stations de montagne réparties sur les cinq massifs français (Alpes du Nord et du Sud, Jura, Massif Central, Pyrénées et Vosges). L'ANMSM défend auprès des Pouvoirs Publics les spécificités des stations de montagne liées à leur activité touristique. [www.anmsm.fr](http://www.anmsm.fr)

### Contact presse :

Anna Vautier (agence CorioLink) : 07 84 90 83 16 / [anna.vautier@coriolink.com](mailto:anna.vautier@coriolink.com)