

Etude ConsoMontagne : les 18-29 ans, nouveaux clients de la montagne

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

Alors que les stations ont ouvert leurs pistes et que saison a débuté dans les massifs, l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne (ANMSM) révèle en exclusivité les résultats de l'enquête ConsoMontagne pour la seconde année. Cette étude sur six ans, permet de comprendre les habitudes de consommation et les profils des vacanciers en station. Comme l'an dernier, les chiffres confirment la fidélité des français aux massifs montagneux mais aussi leurs nouvelles habitudes de consommation et de réservation par Internet.

Une clientèle fidèle

Depuis ces 6 dernières années, la clientèle touristique des stations de montagne est de plus en plus fidèle. En 2017, 71 % des sondés ont répondu avoir déjà passé au moins un séjour sur leur lieu de vacances auparavant, cela représente 4 points de plus qu'en 2012.

Les nouveaux vacanciers qui choisissent d'expérimenter un séjour en station sont essentiellement des jeunes âgés de 18 à 29 ans. Ils constituent une clientèle en moyenne plus jeune que les clients fidèles.

« Grâce à l'étude ConsoMontagne, l'ANMSM scrute les évolutions des modes de consommation des vacanciers. Les enseignements de cette deuxième édition confirment l'attrait de la destination montagne auprès des jeunes. Nous nous félicitons de cet enthousiasme des 18-29 ans pour la montagne. La jeunesse se trouve en effet au cœur des actions de l'ANMSM et des stations qui œuvrent au quotidien pour s'adapter aux attentes des jeunes. » commente Charles-Ange Ginésy, Président de l'ANMSM.

Les critères déterminants dans le choix de la destination de ces nouveaux clients sont **la recommandation** par des connaissances et **la réputation**. Si le bouche à oreille reste une valeur sûre, la réputation, et notamment la réputation en ligne, est un facteur d'influence très important pour la future clientèle.

Le ski comme activité principale à la montagne ...

L'étude se penche également sur la pratique d'activités sportives en montagne. Le ski reste l'activité reine des vacances en montagne pour presque trois quarts des vacanciers (72 %). Parmi les activités secondaires, 23% des personnes interrogées pratiquent les raquettes. Viennent ensuite la marche (22 %), le snowboard (6 %) et le ski de fond (5 %).

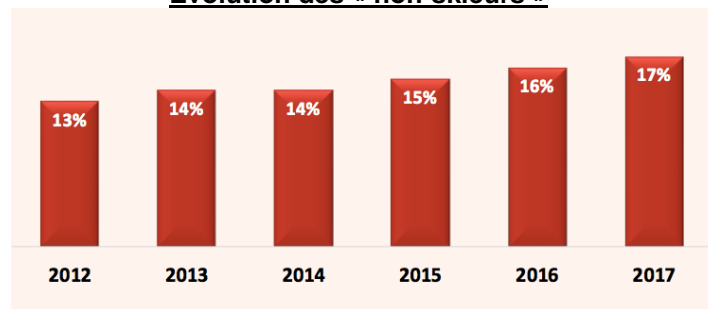
Pour ceux qui ne pratiquent pas le ski en activité principale, seulement 8 % d'entre eux le pratiquent en activité secondaire.

... mais pas uniquement

Le taux des clients français n'ayant pas du tout pratiqué une activité de glisse pendant leur séjour en montagne a progressé de 4 points depuis 2012 en passant de 13 % à 17 %. Cette hausse s'explique par le vieillissement de la population française. Les clients les plus âgés ne s'adonnent plus à ce type d'activité sportive principalement par peur de se blesser (19 %) ou suite à des problèmes de santé ou de fatigue (17 %).

L'évolution des non-skieurs s'accompagne aussi par l'augmentation d'une nouvelle clientèle les « non-skieurs absolus » : 34 % des personnes interrogées ont répondu n'avoir jamais pratiqué le ski alpin ou le snowboard dans leur vie. Ce qui les attire, c'est « **l'ambiance montagne** », ou bien **les retrouvailles en famille et entre amis**, ou les deux à la fois.

Evolution des « non-skieurs »



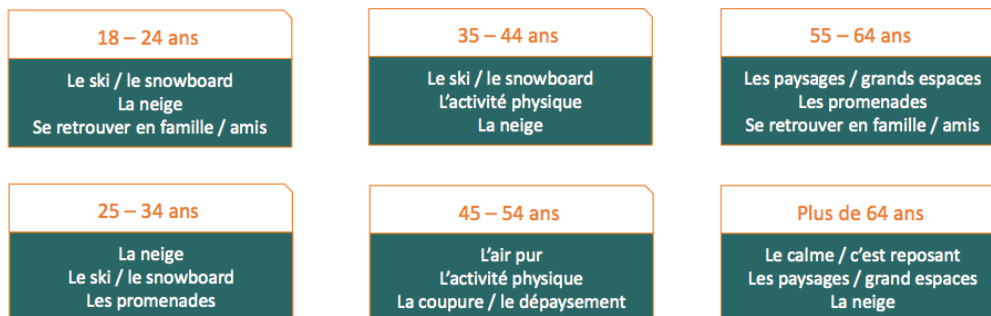
Des facteurs d'attractivité différents selon les âges...

A la question « Quels sont les facteurs qui vous plaisent le plus aux sports d'hiver ? », la réponse la plus plébiscitée est la pratique du ski ou du snowboard (38 % des personnes interrogées). Il s'agit du critère numéro 1 pour les 18-24 ans et les 35-44 ans, pour qui le ski reste le principal facteur d'intérêt. Pour 33 % des sondés, la neige est un facteur d'attractivité important, on le retrouve parmi les réponses privilégiées de toutes les catégories d'âge à l'exception des 45-64 ans. Cette catégorie recherche plutôt à la montagne l'air pur (tout comme 22 % des vacanciers), les paysages et les grands espaces (23 %) et le calme (11 %) notamment pour les plus faibles revenus.

De 18 à 64 ans, les séjours en montagne sont rythmés par la pratique d'un sport. L'activité physique est mentionnée comme facteur d'attractivité par 13 % des personnes interrogées et la promenade par 9 %.

23 % des vacanciers ont répondu apprécier les moments de convivialité lors de leur séjour en montagne. C'est notamment le cas des plus jeunes (18-24 ans) et des plus de 65 ans pour qui un séjour à la montagne est synonyme de retrouvailles en famille ou entre amis.

Les facteurs d'attractivité les plus discriminants aux sports d'hiver



... et les budgets

En moyenne, un séjour au ski revient à 81€ par jour et par personne.

Les vacanciers français consacrent ainsi en moyenne 1 579 € à leur séjour à la montagne, pour une famille de 3 à 4 personnes et un séjour de 5 à 6 nuits (toutes dépenses confondues, y compris le transport depuis le domicile).

L'étude met également en évidence une diminution quasi-constante du budget ces dernières années de l'ordre de -0.5% par an en moyenne **au cours de ces 6 dernières années.**

Le web pour organiser ses vacances

L'étude montre que parmi les outils utilisés pour organiser ses vacances, Internet reste au cours des ans, un support privilégié par la clientèle

67 % des vacanciers cherchent leur hébergement en ligne.

En 2012, près d'un tiers de la clientèle (65 %) utilisait Internet pour trouver son logement. Si en 2016 il a semblé que la clientèle se soit lassée du web et souhaitait à nouveau privilégier des moyens plus traditionnels (62 % d'entre eux), 2017 a marqué un vrai rebond avec une augmentation de 5 points sur l'année précédente.

37 % de la clientèle paie désormais son hébergement en ligne.

Malgré une faible diminution de ce type de transaction en 2016, la tendance est à la hausse depuis 3 ans. Ils étaient seulement 27 % à faire confiance au paiement en ligne en 2014. Cette forte

augmentation est d'autant plus visible lorsqu'il s'agit d'enseignes nationales d'hébergements touristiques : 67 % de leurs réservations sont payées via Internet. Le nombre de personnes n'ayant pas recours à Internet pour organiser leur séjour reste toutefois assez stable (20 % contre 22 % depuis 2014).

Une clientèle soucieuse de l'environnement

85 % des personnes interrogées disent se sentir concernées par les enjeux liés à l'évolution climatique bien que pour la grande majorité, cela n'influe pas sur leur choix de destination.

« L'enquête ConsoMontagne 2018 met en évidence que la préservation de l'environnement et le développement durable semblent aussi importants pour les vacanciers que pour les stations de montagne. Les maires travaillent depuis de nombreuses années sur ce sujet. En juillet dernier, l'ANMSM a ainsi lancée la dynamique CIMES durable afin de renforcer l'accompagnement proposé aux stations dans la continuité de la charte nationale en faveur du développement durable élaborée dès 2007 par l'association en partenariat avec l'ADEME et Mountain Riders. » explique Charles-Ange Ginésy.

Etude complète sur demande

Méthodologie

L'enquête menée depuis 6 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

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

Contact presse :

Amélie Lebreton (agence CorioLink) 06.70.60.25.30 / amelie.lebreton@coriolink.com