



Anticiper les mutations de nos clientèles : focus sur les marchés britannique et chinois Compte-rendu synthétique

Malgré les mauvaises conditions météorologiques, près de 200 personnes ont participé lundi 22 janvier aux Rencontres Grand Ski 2018 dans la salle du Manège à Chambéry. Organisée par Atout France, cette journée d'échanges et de réflexions s'est déroulée dans d'excellentes conditions grâce au soutien de la Ville de Chambéry et au partenariat avec le Crédit Agricole des Savoie.

Les partenaires avaient décidé cette année de faire un focus sur deux clientèles internationales : la clientèle britannique, une clientèle historique et majeure et la clientèle chinoise une clientèle en devenir.

Dans un contexte économique et touristique difficile, le secteur de la montagne résiste bien. Néanmoins les marchés étrangers, européens et internationaux à destination de la France, indispensables à l'équilibre économique des stations françaises, ont fortement évolué. Les comportements touristiques se sont diversifiés, apparaissent de plus en plus segmentés tandis que la concurrence se renforce. Les stations françaises doivent anticiper ces mutations pour conserver voire faire progresser leurs parts de marché.

Jean BERTHIER, Délégué Montagne, Atout France a ouvert ces rencontres et Anne COUTIERE, Sous-directeur Observation et Veille, Atout France a présenté en avant première quelques résultats de l'étude sur les Millennials réalisée au quatrième trimestre 2017 par IPSOS pour Atout France : *Esprit Millenials : l'attractivité internationale de la France auprès des jeunes âgés de 18 à 35 ans*. Ils sont encourageants pour le renouvellement de la clientèle puisque la France est une destination attractive pour les activités montagne pour 1 millénial sur 2. La beauté des lieux et des sites est le premier motif de choix d'une destination. L'authenticité et le dépassement des offres doivent cependant être au rendez-vous.

La première séquence de ces Rencontres avait pour but de décrypter les grandes tendances du marché britannique et d'essayer d'anticiper les conséquences de la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne.

Pour introduire le sujet, Willy FUX, LHM Conseil et Martine ACHARD, France Montagnes ont présenté les grandes évolutions et tendances du marché britannique.

Willy FUX a dressé un bilan de l'évolution du marché en détaillant les profils des skieurs, les problématiques de réservation, de distribution et d'hébergement et enfin les conséquences du Brexit sur les intentions de départ des Britanniques.

Martine ACHARD a complété ces propos en présentant les résultats de l'étude SPYKE, enquête réalisée en 2017 sur le marché britannique pour le compte de Savoie Mont Blanc Tourisme et de France Montagnes.

Même si le budget et les intentions de départ britanniques risquent d'être affectés, les intervenants ont conjointement insisté sur le fait que les conséquences du Brexit sont encore indéterminées et l'impact sur le marché du ski français encore difficile à mesurer.

Animée par Aurélia BAILLON, Responsable de la veille des marchés, Atout France Grande-Bretagne & Irlande, la table ronde regroupait : Ian HOPE, Business Development Director, Hotelplan, Christophe MUGNIER, Directeur

de l'Office de Tourisme de Morzine et Romain OLIVE, Responsable du développement aérien – Aéroports de Chambéry et Grenoble - VINCI Airports. Xavier SHOULLER, Directeur, Peak Retreats était malheureusement bloqué à Tignes.

Dans un premier temps, les intervenants ont tous réaffirmé que le marché britannique constitue la première clientèle étrangère et qu'il s'agit un marché mature, exigeant et fondamental pour le marché du ski français.

Concernant le Brexit, la situation est encore incertaine aussi bien pour les stations que pour les tours opérateurs et les compagnies aériennes. Les intervenants ont insisté sur le fait que les *Catered Chalets* dont le personnel est principalement britannique seront indéniablement les plus affectés. La hausse des charges (notamment liée à la fin du travail détaché) sera pour ce type de produit incontournable et se traduira in fine par une hausse des prix pour les clients.

Néanmoins, des phénomènes d'adaptation s'observent déjà du côté de la clientèle britannique (séjours plus courts, dépenses plus faibles...) et du côté des professionnels du tourisme. Une chose est sûre, la perspective d'un *hard Brexit* impacterait négativement aussi bien l'offre que la demande.



Bénédicte MAINBOURG, Directrice de la Formation aux Métiers du Tourisme et du Centre de Ressources de Atout France, présente les actualités du MOOC Accueil France 2018 réalisé en partenariat avec Tourism Academy. Pour conserver la clientèle britannique mais aussi toutes nos clientèles étrangères, les enjeux de l'accueil et une connaissance la plus précise possible de leurs attentes sont prépondérants. Plusieurs campagnes d'inscriptions au MOOC 2018 sont ouvertes avec des prises en charge OPCA à la clé : l'une en partenariat avec Offices de Tourisme de France, à destination des salariés des offices de tourisme, comités départementaux et régionaux de tourisme, l'autre à destination des agences de voyage qui démarre en mars et enfin celle destinée aux hôteliers et restaurateurs qui est ouverte dès à présent et tout au long de 2018, n'attendez plus ! Pour toute information : www.mooc-accueil.fr

Jean-Marc SILVA, Directeur de France Montagnes, rappelle les principes de l'opération *Printemps du Ski-Skiing into Spring* mise en place depuis 4 ans avec pour objectif de regagner nos parts de marché sur cette période. Le Printemps du ski 2018, ce sont des offres spécifiques déclinées sur les thèmes ski family, ski festif et ski initiation. Il ne faut plus parler de fin de saison mais de nouvelle saison avec une gamme d'activités diversifiées.

Et enfin, Richard LABORIE, Directeur Général Adjoint Développement du Crédit Agricole des Savoie, partenaire de ces Rencontres, rappelle son rôle de banquier de la montagne et son engagement pour accompagner durablement tous les acteurs du tourisme faces aux nombreux défis à venir. Il annonce le regroupement au sein d'un pôle Montagne commun, sous la responsabilité de Cyril GOUTTENOIRE, des Caisses du Crédit Agricole des Savoie et de Sud Rhône-Alpes (Isère, Drôme & Ardèche).

La deuxième séquence de l'après-midi portait sur le marché chinois, question primordiale pour le renouvellement des clientèles de demain. Animée par Laurent CORMIER, Directeur Adjoint, Auvergne Rhône-Alpes Tourisme. La table ronde associait 11 intervenants : Nong KANG, Responsable Promotion, Atout France Chine, Li GUO, Directeur Général, Shanghai Business International Travel Service, Rachel GREGORIS, Responsable marchés lointains, Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, Yang LIU, Monitrice de ski, ESF Courchevel 1550, Xavier LE GUILLERMIC, Directeur Infrastructures du parc villages Europe Afrique et Stratégie Montagne, Club Med, Philippe GOURGAUD, Directeur Général des hôtels Imperial Palace à Annecy et Au Cœur du village à la Clusaz, Mathieu DECHAVANNE, Président Directeur Général, Compagnie du Mont Blanc, Nathalie SAINT MARCEL, Co-directrice, Cluster Montagne, Perrine PELEN, Responsable Marketing, Savoie-Mont-Blanc Tourisme et Laurent CHELLE, Directeur du Développement et de l'Attractivité des Destinations montagne, Compagnie des Alpes.

Après une introduction captivante conduite par Frédéric LEPAGE, Président de Bonjour China détaillant l'approche sociétale et humaine du ski et de la montagne par les Chinois. Les intervenants ont débattu de l'importance de l'export du savoir-faire français en Chine et la nécessité de mutualiser les efforts et les compétences en matière d'ingénierie et de marketing. Si la France doit se présenter aux yeux des Chinois comme le territoire de référence en matière de ski et d'aménagement des domaines skiables, il nous faut aussi inventer des produits adaptés et répondant aux spécificités d'une clientèle pour laquelle le ski est une histoire et une pratique récente. Il apparaît d'autant plus nécessaire de préparer cette offre et de promouvoir nos stations que les JO de 2022 à Pékin vont fortement stimuler le marché. Chaque intervenant a souligné les opportunités de développement que représente la clientèle chinoise pour l'avenir de la montagne l'hiver mais aussi l'été et a pu témoigner des premiers retours d'expérience sur les produits touristiques et services proposés, les difficultés rencontrées et les améliorations souhaitées.

Trois défis sont à relever : rassurer, adapter notre offre à un public encore non skieur, raconter une histoire (écrire la légende de la montagne française pour les chinois). Tous ont insisté sur la nécessité, en plus du référencement tour operators, de travailler collectivement l'image et la notoriété de nos destinations, en utilisant en particulier les réseaux sociaux et en capitalisant sur le boom du tourisme en ligne.



Enfin, Christian MANTEI, Directeur Général de Atout France a conclu sur une note positive en mentionnant les très bons chiffres pour le tourisme de 2017 pour la France (hausse de 6 à 9 % de la fréquentation internationale). Le Directeur Général de Atout France a également évoqué la dynamique gouvernementale autour du tourisme impulsée par le Conseil Interministériel du Tourisme et le renforcement des missions de Atout France en matière de promotion et d'ingénierie.



Les films des principales séquences de ces Rencontres reprenant l'intégralité des débats sont accessibles à partir de www.atout-france.fr Rubrique : formation/ Rencontres de Grand Ski.

[Pour toutes informations complémentaires](#)

Jean BERTHIER, Délégué Montagne, Direction Ingénierie et Développement des Territoires, Atout France
06 07 88 99 50 - jean.berthier@atout-france.fr