



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Communiqué de presse, le 16 décembre 2020

Du sommet des Alpes aux volcans d'Auvergne, la montagne attend ses visiteurs avec impatience !

Les dernières déclarations du gouvernement évoquent la réouverture des domaines skiables le 7 janvier pour la plus grande satisfaction des visiteurs en manque d'air pur et de grands espaces mais aussi des professionnels de la montagne qui ont mis en place toutes les mesures sanitaires requises pour l'accueil optimum des vacanciers cet hiver.

“ Avec 175 stations de sports d'hiver, 40 millions de journées skieurs, 1,1 milliard de recettes pour les domaines skiables, la montagne en Auvergne-Rhône-Alpes représente 79% de l'économie nationale. Relancer la consommation touristique régionale pour assurer la survie des acteurs et des emplois est une priorité. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'implique aux côtés des professionnels de la montagne pour soutenir la reprise au plus vite mais aussi pour innover et évoluer vers un tourisme plus durable qu'attendent aussi nos clients”. **Lionel Flasseur – Directeur Général d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme**

1/ Une situation compliquée pour tout le secteur de la montagne en Auvergne-Rhône-Alpes

- Un taux d'occupation Hiver 2020/2021 en recul de 23,5 points dans les Alpes du nord, avec une chute des nuitées particulièrement sensible dans l'hôtellerie (vs les autres modes d'hébergements) et une baisse plus marquée pour les grands domaines d'altitude que pour les stations villages.
- Un chiffre d'affaires amputé d'au moins 20% avec la fermeture des domaines skiables sur ces vacances de Noël

Une raison d'être optimiste malgré tout pour cette saison amputée : le besoin « vital » de nos concitoyens de prendre l'air, de s'évader en famille, entre amis et de pratiquer des activités de pleine nature dont toutes celles liées à la glisse : 38% des français ont l'intention de partir en vacances à la montagne cet hiver (étude Kantar réalisée à la demande du voyageur TravelSki du 26 au 30 nov. 2020, juste après l'annonce du président Macron).

Nous enregistrons de nombreux reports de séjours prévus à Noël pour les vacances de février, et on s'attend à une fréquentation en hausse pour le ski de printemps.

2/ Un plan de relance inédit et puissant dès janvier avec un maître mot « jouer collectif »

Avec les bonnes conditions d'enneigement et une promesse client désormais claire, les stations de montagne vont être encore plus attractives, y compris auprès d'un public pas forcément spécialiste des sports d'hiver.

Pour cet hiver et afin de contribuer à sauver la saison, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme active un arsenal complet d'actions avec différents partenaires, autour de 3 objectifs :

- Donner envie de « montagne » à travers des actions de communication et d'influence collectives
- Promouvoir les destinations de montagne (actions médias BtoC)
- Stimuler les ventes en France (puis en Europe dès que ce sera possible), envers des cibles BtoC et BtoB.

Un plan de relance puissant : avec un investissement de **1,8M€ sur l'hiver** qui, grâce à un effet de levier inédit, ont engendré un investissement global partenaires de 3,3M€.

Un plan média Hiver puissant prêt au lancement, mis en attente suite aux décisions nationales. L'ensemble des médias seront activés dès que les communications autour des vacances retrouveront leurs publics :

Dès mi-janvier, un habillage complet de la gare de Lyon immergera les parisiens dans notre univers de montagne enneigée, des spots TV sur France 2 & France 5 en appui à la campagne de France Montagne #cetHiverJeSki conforteront les envies de vacances à la montagne; des publi-rédactionnels et annonces presse dans les médias régionaux et nationaux complèteront le dispositif ainsi qu'une communication importante sur les réseaux sociaux et sur le web avec des bannières et des replays de notre film hiver. Une campagne en radio locale dans l'ensemble des villes de la région et frontalière sera menée en amont des week-ends les plus attractifs pour la clientèle de proximité.

Un enjeu stratégique : le renouvellement générationnel des clientèles à la montagne

Dans le cadre de son dispositif Génération Montagne, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme poursuivra la communication prioritairement sur les réseaux sociaux vers les jeunes.

3 / Côté distribution, un Partenariat public/privé plus fort que jamais :

S'agissant de notre stratégie clients : soutenir la commercialisation des opérateurs privés et stimuler les ventes est un pilier de notre plan de relance. « Notre ambition est de démontrer aux agents de voyages français que le produit France est rentable, à condition que nous, gestionnaire de destinations en lien avec les producteurs, y apportions une valeur ajoutée. » **Laurent Cormier – Directeur adjoint d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme**

Ces partenariats marketing représentent plusieurs centaines de milliers d'euros d'investissements, mutualisés avec le collectif Montagne et Atout France mais aussi avec les distributeurs, ce qui nous permet de démultiplier notre communication avec comme unique objectif la vente de séjours dans les stations de montagne en Auvergne-Rhône-Alpes.

Nous avons engagé depuis le début de la crise une démarche d'aide au référencement de nos offres auprès des agences de voyages françaises, autour de trois grandes actions :

- Aider nos agences réceptives à la production de packages commissionnables à destination des agences de voyages
- Faciliter la mise en relation entre les distributeurs et nos réceptifs en région
- Stimuler les ventes par la mise en place d'opérations de distribution ciblées avec les plateformes de vente en ligne, en France, puis en Europe (espérons-le au plus vite !).

Le 20 décembre une campagne de distribution démarrera avec Abritel auprès des familles pour les vacances de février au ski. Nous programmons fin janvier une autre opération de relance des ventes avec Expedia (cible couples/Dinks). Nous avons bien sûr reporté nos campagnes européennes mais sommes prêts à les déclencher dès réouverture des frontières sans contrainte.

- Infos et objectifs du plan de relance et du plan media : <http://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/res/5bba1045eb90262a867e9d20f69dc676dc4cd59a.pdf>

AUVERGNE-RHONE-ALPES TOURISME

Attachées de presse : Vanessa MICHY 06.61.27.27.48 / Corinne BOULEGUE- 06.61.27.27.45
v.michy@auvergnerhonealpes-tourisme.com / c.boulegue@auvergnerhonealpes-tourisme.com