

Observatoire des stations de montagne

Bilan de la saison hivernale 2020-2021



Note de conjoncture

21 avril 2021

Observatoire des Stations de Montagne

La fermeture des remontées mécaniques et une offre de services incomplète se traduisent par un recul très marqué de l'activité touristique. Ainsi par rapport à la saison passée, les taux d'occupation des hébergements marchands et collaboratifs sont en recul de 39 points et les volumes de nuitées enregistrent une baisse de -56%. Toutefois, dans ce contexte global globalement très négatif, des contrastes de résultats sont apparus selon les destinations et/ou secteurs d'activités.

Les fréquentations dans les hébergements sont en très net recul, mais certains modes d'hébergements s'en sortent un peu mieux que d'autres...

La fréquentation des hébergements marchands et collaboratifs affiche un recul très net par rapport à l'an passé. C'est notamment le cas des villages de vacances (-75 points pour les TO et -98% pour les volumes de nuitées), des hôtels (-53 points de TO et -82% de nuitées), ainsi que pour les résidences de tourisme (-59 points de TO et -70% de nuitées). En revanche, ces baisses sont moins élevées concernant les hébergements loués de particuliers à particuliers (-17 points de TO et -30% de nuitées), et, à un degré moindre, pour les meublés loués en agences (-34 points de TO et -49% de nuitées).

Au niveau des massifs, les reculs de fréquentation sont également moins marqués pour les stations pyrénéennes (-19 points de TO et -33% de nuitées), que pour les stations nord et sud-alpines, pour lesquelles, les reculs en termes de volumes de nuitées fluctuent entre -57 et -60%.

Les contrastes en termes de performances de fréquentation sont également visibles, dans le comparatif entre les stations proposant de grands domaines de ski alpin et les stations de charme. En effet, pour les premières, les reculs se chiffrent à -50 points pour les taux d'occupation et à -67% pour les volumes de nuitées, contre -23 points pour les TO et -38% pour les volumes de nuitées, concernant les secondes.

La fréquentation internationale a été quasi-absente, la clientèle française présente a été contrainte à la diversification de ses pratiques

En termes d'activités, l'absence d'une offre de ski alpin, couplée à un enneigement jugé meilleur que l'an passé, ont poussé la clientèle touristique présente en stations à se tourner vers d'autres activités ; c'est surtout le cas du ski de randonnée, des raquettes, du ski nordique, des chiens de traîneaux et de la luge, qui ont connu un vif succès, ce qui a été souligné par la quasi-totalité des responsables des stations.

En termes de clientèles, la perte en retombées économiques liée à l'absence de clientèles internationales est considérable.

Les demandes d'informations pour l'été 2021 subissent actuellement un attentisme, faute de visibilité

Les demandes d'informations concernant la saison estivale à venir sont, à ce stade, jugées en recul par 45% des répondants pour la clientèle française et par 87% des stations pour la clientèle internationale. Le manque de visibilité actuelle concourt à ces constats. Seule la clientèle des propriétaires fait quelque peu exception, avec actuellement une perception partagée entre stabilité et recul par rapport à l'an passé.

Méthodologie :

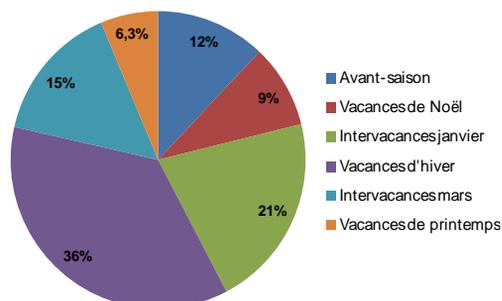
Les données présentées dans cette note conjoncturelles sont, en partie, issues du tableau de bord G2A pour Atout France et l'ANMSM.

Elles concernent l'ensemble du périmètre montagne française (Alpes du Nord, Alpes du Sud, Pyrénées et autres massifs).

Ce tableau bord concerne 80 stations et 400 000 lits représentatifs des 1 450 000 lits touristiques de l'espace montagne français.

Une enquête qualitative, menée auprès d'un panel de stations, membres de l'association nationale des maires des stations de montagne (ANMSM) et ayant regroupé 37 répondants*, vient compléter le volet qualitatif de cette note.

Répartition habituelle des journées skieurs par période en saison d'hiver



*Liste des répondants à la slide 9

Fréquentation globale enregistrée : Taux d'occupation réalisés

Comparaison des taux d'occupation réalisés 2020-2021 / 2019-2020 par périodes

Taux d'occupation réalisés	2019-2020	2020-2021	Evol (Pts)
Vacances de Noël	83%	37%	-46
Période inter-vacances n°1	58%	20%	-38
Vacances d'hiver	80%	43%	-37
Période inter-vacances n°2*	69%	30%	-39
Vacances de Pâques			
Ensemble saison	71%	32%	-39

*La période inter-vacances n°2 ne concerne qu'une seule semaine pour les deux saisons

Source : G2A Consulting pour ANMSM/Atout France

Pour l'ensemble de la saison d'hiver 2020-2021, les taux d'occupation des hébergements marchands et collaboratifs se hissent à 32%, en recul de 39 points par rapport à l'an passé.

Pour l'ensemble des périodes, les reculs de fréquentation fluctuent de -37 points pour les vacances d'hiver à -46 points pour les vacances de Noël.

Fréquentation globale enregistrée : Nuitées réalisées

Comparaison des nuitées réalisées 2020-2021 / 2019-2020 par périodes

Nuitées réalisées	2019-2020	2020-2021	Evol (%)
Vacances de Noël	4 373 753	1 930 580	-56%
Période inter-vacances n°1	7 007 317	2 390 910	-66%
Vacances d'hiver	9 065 286	4 752 637	-48%
Période inter-vacances n°2*	1 657 648	709 861	-57%
Vacances de Pâques			
Ensemble saison	22 104 004	9 783 989	-56%

*La période inter-vacances n°2 ne concerne qu'une seule semaine pour les deux saisons

Source : G2A Consulting pour ANMSM/Atout France

Pour l'ensemble de la saison d'hiver 2020-2021, les volumes de nuitées réalisées en hébergements marchands et collaboratifs accusent une perte de -56% par rapport à la saison précédente.

Les reculs de ces volumes de nuitées ont été conséquents pour l'ensemble des périodes, en fluctuant de -48% pour les vacances d'hiver à -66% pour la période inter-vacances n°1.

Fréquentation globale enregistrée : Evolution des nuitées et des taux d'occupation

Evolution des nuitées et des taux d'occupation réalisés 2020-2021 / 2019-2020 par types d'hébergements

	Evol TO (Pts)	Evol nuitées (%)
Résidences de tourisme	-59	-70%
Agences immobilières	-34	-49%
Hôtels	-53	-82%
Clubs et villages de vacances	-75	-98%
Particuliers à particuliers	-17	-30%
Ensemble hébergements	-39	-56%

*La période inter-vacances n°2 ne concerne qu'une seule semaine pour les deux saisons

Source : G2A Consulting pour ANMSM/Atout France

Les reculs de fréquentation par rapport à l'an passé, au sein des hébergements marchands et collaboratifs, sont très marqués. Des contrastes apparaissent toutefois selon les typologies d'hébergements enquêtés.

Ainsi, les villages de vacances, les hôtels et les résidences de tourisme sont les plus impactés, avec des baisses des volumes de nuitées respectivement de l'ordre -98%, -82% et -70%. A l'inverse, les hébergements collaboratifs et, à un degré moindre, les meublés loués par agences ont enregistré des reculs de fréquentation moins élevés (-30% et -49%).

Fréquentation globale enregistrée : Analyse par massifs

Evolution des nuitées et des taux d'occupation réalisés 2020-2021 / 2019-2020 par massifs

	Evol TO (Pts)	Evol nuitées
Alpes du Nord	-41	-57%
Alpes du Sud	-38	-60%
Pyrénées	-19	-33%
Ensemble massifs	-39	-56%

Source : G2A Consulting pour ANMSM/Atout France

Les reculs de fréquentation sont moins marqués pour les stations pyrénéennes, avec un retrait -19 points des taux d'occupation et de -33% pour les volumes de nuitées par rapport à l'année passée.

Les baisses sont plus marquées dans les Alpes du Nord (-41 points pour les TO et -57 % pour les volumes de nuitées), ainsi que pour les stations sud-alpines (-38 points pour les TO et -60% pour les volumes de nuitées).

Fréquentation globale enregistrée : Analyse selon les types de stations

Evolution des nuitées et des taux d'occupation réalisés 2020-2021 / 2019-2020 selon la typologie des stations

	Evol TO (Pts)	Evol nuitées
Stations grands domaines	-50	-67%
Stations de charme	-23	-38%
Ensemble stations	-39	-56%

Source : G2A Consulting pour ANMSM/Atout France

Les reculs de fréquentation des hébergements sont plus marqués dans les stations dotées de grands domaines skiables, que dans les stations de charme (-50 points pour les TO et -67% pour les volumes de nuitées), contre (-23 points pour les TO et -38% pour les volumes de nuitées) pour les secondes.

Spécificités de la fréquentation par périodes selon les types d'hébergements

Comparaison des taux d'occupation réalisés 2020-2021 / 2019-2020 par types d'hébergements selon la période

Taux d'occupation réalisés	Résidences de tourisme		Hôtels		Agences immobilières		Clubs et villages de vacances		Particuliers à particuliers	
	2019-2020	2020-2021	2019-2020	2020-2021	2019-2020	2020-2021	2019-2020	2020-2021	2019-2020	2020-2021
Vacances de Noël	91%	24%	71%	13%	81%	41%	78%	1%	75%	51%
Inter-vacances n°1	78%	17%	61%	10%	58%	27%	73%	1%	37%	24%
Vacances d'hiver	88%	36%	70%	17%	81%	48%	82%	2%	72%	54%
Inter-vacances n°2*	85%	30%	56%	13%	71%	36%	72%	3%	51%	33%
Vacances de Pâques										
Ensemble saison	84%	25%	65%	13%	71%	37%	77%	2%	56%	39%

*La période inter-vacances n°2 ne concerne qu'une seule semaine pour les deux saisons

Source : G2A Consulting pour ANMSM/Atout France

Au cours de cette saison d'hiver 2020-2021, les niveaux de fréquentation les plus significatifs ont été enregistrés au cours des vacances d'hiver, à l'exception des hébergements collaboratifs et, à un degré moindre, et des meublés loués en agences, pour lesquels les fréquentations enregistrées au cours de ces vacances d'hiver ont été quasi similaires à celles observées au cours des vacances de Noël. De manière générale, quels que soient les périodes et les types d'hébergements, les écarts de fréquentation par rapport à l'an passé, en moyenne, sont très marqués.

Spécificités de la fréquentation par périodes selon les massifs

Comparaison des taux d'occupation réalisés 2020-2021 / 2019-2020 par massifs selon la période

Taux d'occupation réalisés	Alpes du Nord		Alpes du Sud		Pyrénées	
	2019-2020	2020-2021	2019-2020	2020-2021	2019-2020	2020-2021
Vacances de Noël	84%	37%	77%	30%	74%	49%
Inter-vacances n°1	61%	21%	49%	13%	42%	35%
Vacances d'hiver	82%	43%	72%	34%	78%	59%
Inter-vacances n°2*	72%	31%	58%	24%	52%	35%
Vacances de Pâques						
Ensemble saison	73%	32%	62%	24%	60%	41%

*La période inter-vacances n°2 ne concerne qu'une seule semaine pour les deux saisons

Source : G2A Consulting pour ANMSM/Atout France

De manière identique aux constats précédemment évoqués, quels que soient les massifs, les taux d'occupation ont été les plus significatifs au cours des vacances d'hiver.

Parallèlement, si les écarts de fréquentation restent très marqués par rapport à l'an passé, la fréquentation apparaît mieux équilibrée pour l'ensemble des périodes pour les stations pyrénéennes que pour les stations du Nord et du Sud des Alpes.

Spécificités de la fréquentation par périodes selon les types de stations

Comparaison des taux d'occupation réalisés 2020-2021 / 2019-2020 par altitudes de stations selon la période

Taux d'occupation réalisés	Stations grands domaines		Stations de charme	
	2019-2020	2020-2021	2019-2020	2020-2021
Vacances de Noël	85%	29%	79%	50%
Inter-vacances n°1	64%	15%	50%	28%
Vacances d'hiver	83%	33%	77%	57%
Inter-vacances n°2*	74%	24%	62%	40%
Vacances de Pâques				
Ensemble saison	75%	24%	65%	42%

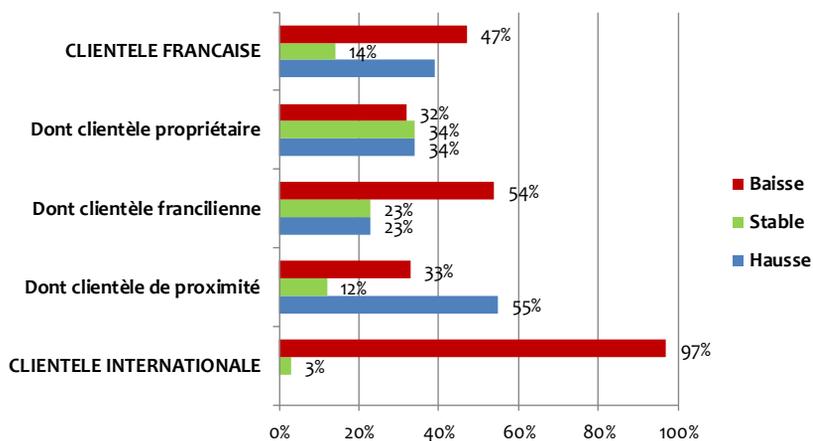
*La période inter-vacances n°2 ne concerne qu'une seule semaine pour les deux saisons

Source : G2A Consulting pour ANMSM/Atout France

Quelles que soient les périodes concernées, les fréquentations ont été bien meilleures dans les stations de charme (car plus petites, avec davantage d'hébergements individuels, moins de densité et un bon enneigement aux basses altitudes cette année) que dans celles dotées de grands domaines. Au final, sur l'ensemble de la saison, les stations avec des grands domaines accusent un recul de -51 points pour les TO, contre -23 points pour les stations de charme.

Perception de la fréquentation des clientèles touristiques

Perception du niveau de fréquentation des clientèles touristiques enregistrée au cours de la saison hivernale 2020-2021 par rapport à la précédente



Source : Enquête qualitative ANMSM/Atout France

La fréquentation de la clientèle française au cours de cette saison est majoritairement jugée en recul par rapport à la saison passée par 47% des stations répondantes. Elle est en revanche annoncée meilleure que l'an passé par 39% de ces mêmes répondants. Ce sentiment de hausse est à mettre essentiellement au crédit de la clientèle de proximité des stations, annoncée plus nombreuse que pour l'an passé par plus d'un répondant sur deux, à l'inverse de la clientèle francilienne, qui, du fait des nombreuses restrictions sanitaires limitant les déplacements, a été moins présente que pour l'an dernier pour 54% des répondants. Sans surprise, avec les nombreuses fermetures de frontières et les restrictions de déplacements, la clientèle internationale est très nettement annoncée en recul par rapport à la saison précédente par 97% des stations.

Perception de la fréquentation des clientèles touristiques internationales

Palmarès des nationalités internationales présentes en stations au cours de la saison d'hiver 2020-2021

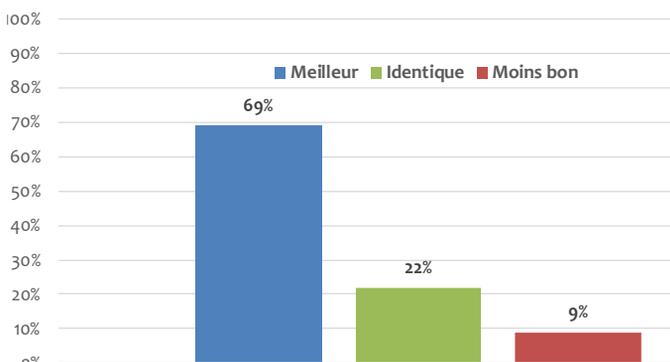


Source : Enquête qualitative ANMSM/Atout France

Pour la clientèle internationale, quantitativement très peu présente dans les stations de sports d'hiver au cours de cette saison d'hiver 2020-2021, ce sont les Belges qui ont été les plus fréquemment observés, devant les Britanniques et les Suisses.

Perception du niveau d'enneigement en stations

Perception du niveau d'enneigement enregistré au cours de la saison hivernale 2020-2021 par rapport à la précédente

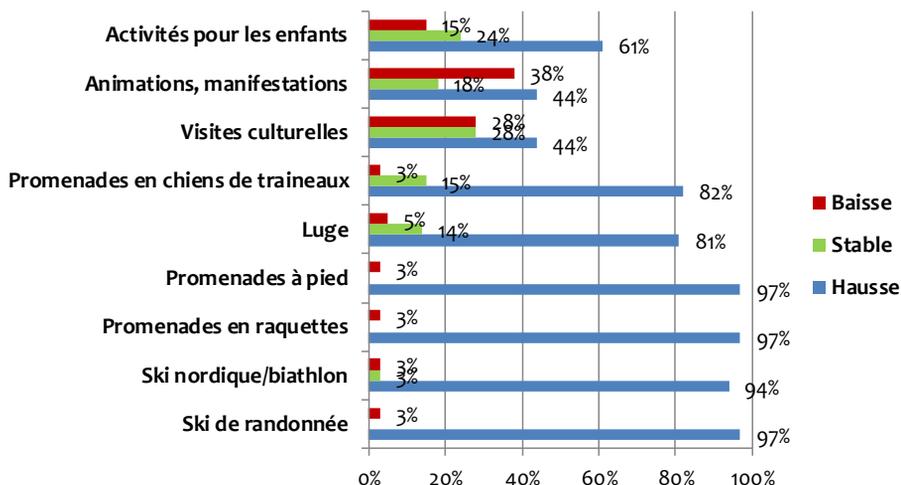


Source : Enquête qualitative ANMSM/Atout France

Pour près de 7 stations répondantes sur 10, le niveau d'enneigement enregistré au cours de cette saison a été meilleur que celui observé pendant la saison passée.

Perception des demandes d'activités touristiques

Perception du niveau de demandes touristiques au cours de la saison d'hiver 2020-2021 par rapport à l'an passée



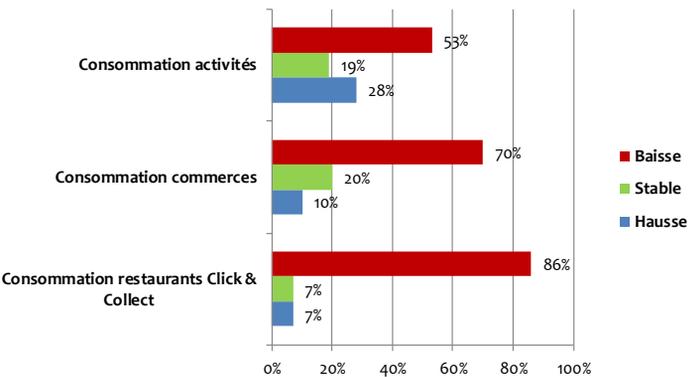
Source : Enquête qualitative ANMSM/Atout France

Pour cette saison marquée par la fermeture des remontées mécaniques, le niveau de demandes concernant les activités a été plus important que pour la saison passée. C'est notamment le cas du ski de randonnée, des promenades en raquettes, du ski nordique, de la luge et des promenades en chiens de traîneaux.

Compte tenu des contraintes sanitaires, les perceptions concernant les demandes d'activités pour les enfants, les animations et les visites culturelles ont été plus nuancées.

Perception du niveau de consommation en stations

Perception du niveau de la consommation touristique enregistré au cours de la saison hivernale 2020-2021 par rapport à la précédente



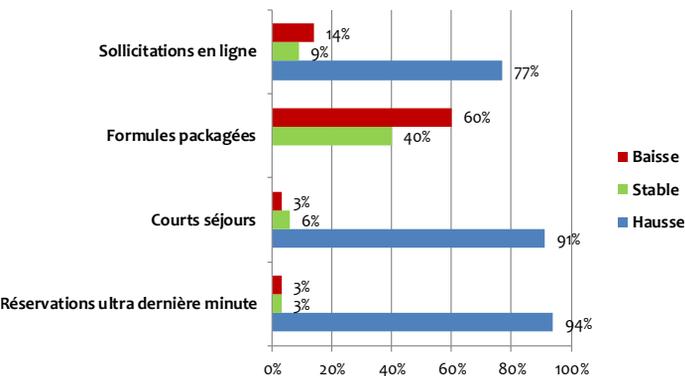
Quel que soit le poste concerné, les niveaux de consommation sont majoritairement annoncés **en très fort recul** par rapport à la saison précédente.

C'est toutefois pour la partie restauration, qui s'est pourtant organisée avec le système du Click & Collect, qui globalise la part de baisse la plus significative.

Source : Enquête qualitative ANMSM/Atout France

Perception des comportements des clientèles touristiques

Perception du comportement des touristes présents en stations au cours de la saison d'hiver 2020-2021



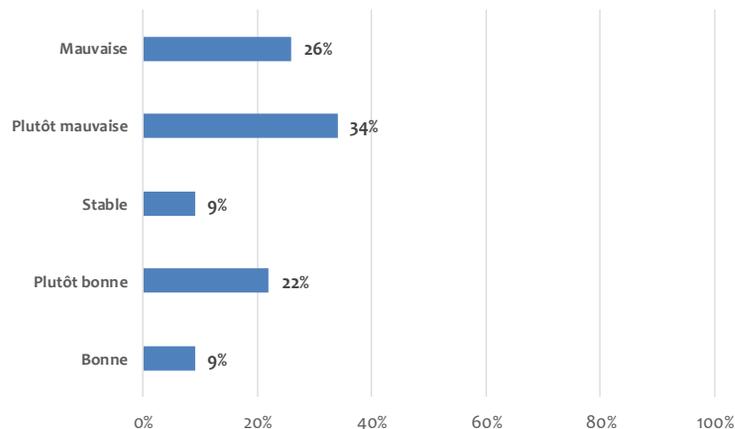
Pour cette saison très atypique, les touristes ont nettement privilégié la réservation en ultra dernière minute et ils ont également réalisé des séjours plus courts qu'à l'accoutumée. En raison du contexte sanitaire et des restrictions liées, les répondants font également état d'un niveau de sollicitations en ligne de la part de la clientèle touristique, plus important que pour l'an passé.

Source : Enquête qualitative ANMSM/Atout France



Perception globale de l'activité touristique

Perception du niveau d'activité touristique global enregistré au cours de la saison d'hiver 2020-2021



La perception du niveau d'activité touristique enregistré au cours de cette saison d'hiver 2020-2021 est négative pour 6 répondants sur 10. Parallèlement, si 22% des stations le jugent plutôt bon, moins de 10% de ces mêmes répondants l'estiment réellement satisfaisant.

Source : Enquête qualitative ANMSM/Atout France

Liste des stations répondantes

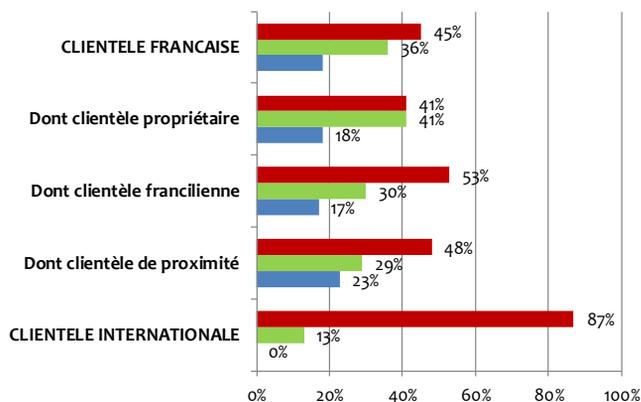
Aillons-Margeriaz, Arêches Beaufort, Auron, Besse Super Besse, Beuil-les-Launes, Chamrousse, Crest-Voland Cohennoz, Gérardmer, Grand-Tourmalet, Isola 2000, La Bresse Hohneck, La Colmiane, La Giettaz, Le Lac Blanc, Le Mont-Dore, Les 7 Laux, Les Angles, Les Contamines Montjoie, Méribel, Métabief, Montchavin La Plagne, Montgenèvre, Morzine, Notre-Dame de Bellecombe, Peyragudes, Praz-de-Lys-Sommand, Saint-François Longchamp, Saint-Gervais Mont-Blanc, Saint-Lary Soulan, Saint-Maurice-sur-Moselle, Saint-Sorlin d'Arves, Tignes, Valloire, Val-Thorens, Vaujany, Villard-de-Lans/Corrençon



CREDITS : Atout France/Robert Palomba

Perception des demandes d'informations pour la saison d'été 2021

Perception du niveau actuel d'informations pour la saison estivale 2021 par rapport à l'an passé



Les demandes d'informations concernant la saison estivale à venir sont jugées en recul par 45% des répondants pour la clientèle française et 87% des stations pour la clientèle internationale. Le manque de visibilité actuelle concourt à ces constats.

Seule la clientèle des propriétaires fait quelque peu exception, avec une perception partagée entre stabilité et recul par rapport à l'an passé.

Source : Enquête qualitative ANMSM/Atout France

Analyse de l'activité sectorielle – déclarations des partenaires du dispositif OSM

Domaines Skiables de France

Pour cette saison, les ouvertures auprès des publics dérogatoires autorisés (clubs des sports, etc.), ont représenté moins de 1% des recettes habituelles, et sont généralement déficitaires.

Les indemnités compensatoires attendues par les stations de montagne éviteront une banqueroute totale, mais ne remplaceront pas une saison normale. L'exercice comptable restera difficile, avec des arbitrages à rendre sur de nombreuses dépenses (investissements en particulier).

Union Sport & Cycle

Depuis décembre 2020, la perte d'activité pour l'ensemble des magasins de location et vente d'équipements de sports d'hiver s'élève à -73%. Il s'agit d'une catastrophe pour ces entreprises saisonnières – l'hiver représentant 85% de leur activité annuelle.

En date du 16 mars 2021, un tiers de ces entreprises étaient à cours de trésorerie :

- 31% d'entre elles avaient consommé plus de la moitié de leurs fonds propres
- 28% avaient consommé plus de la moitié de leur prêt garanti par l'état.

Nordic France

Pour cette saison, des records de fréquentation ont été enregistrés de façon continue et dans tous les massifs. Ces records s'expliquent par un bon niveau d'enneigement qui a permis une offre de qualité sur l'ensemble des sites nordiques, associé à une clientèle qui s'est diversifiée. En plus de la clientèle fidèle, sportive comme contemplative, la venue de deux nouvelles clientèles a été constatée :

- nouveaux pratiquants de la montagne recherchant grand air, déconnexion, nature, dont la présence a été exacerbée par les périodes de "déconfinement".
- nouvelles clientèles venues découvrir le ski nordique en report du ski alpin.

En lien avec le niveau de fréquentation, le niveau de la redevance a également atteint des niveaux exceptionnels cette saison. Le chiffre d'affaires national moyen de ces 5 dernières années était de 9,7 millions d'euros, il devrait dépasser les 17 millions d'euros cette saison.

Syndicat National des Moniteurs du Ski Français

Pour cette saison, un déficit de -83% du chiffre d'affaires des écoles de ski est prévu. Globalement, les moniteurs ont accueilli les quelques clients en station avec de l'enseignement pour les débutants, des pratiques alternatives (randonnée, ski nordique, raquettes) et des initiatives nouvelles (olympiade, construction d'igloos, initiation DVA etc.).

Pour cette saison, la perte d'activité pour les écoles de ski se chiffre à 240 Millions d'Euros.