

## LA FRANCE PREMIERE DESTINATION MONDIALE DU SKI DANS UN CONTEXTE ECONOMIQUE GLOBALEMENT DIFFICILE

Les chiffres officiels de la fréquentation des domaines skiables des principaux pays pour l'hiver 2011/2012 viennent d'être confirmés : la France prend la première place devant les Etats Unis et l'Autriche. Une première place déjà atteinte en 2008/2009.

Avec 55 millions (+3%) de journées-skieur vendues, la France est en 2012 la première destination mondiale du ski, devant les Etats-Unis (51 millions, -16%) et l'Autriche (50 millions, -2%).

Cette première place récompense les efforts réalisés ces dernières années par les domaines skiables français en matière de qualité de l'offre et de professionnalisation des métiers dans les entreprises de domaines skiables. L'engouement en France du public pour les sports de glisse est intact, le ski reste la motivation première des vacanciers en station.

A noter que, malgré les bonnes conditions d'enneigement sur la plupart des stations, la fréquentation de cet hiver en France reste en deçà de plus de 3 millions de journées-skieur par rapport à l'hiver record 2008/2009. C'est du fait notamment de certaines contraintes qui pèsent malgré tout sur l'économie des domaines skiables, parmi lesquelles un calendrier de vacances scolaires plus défavorable, et l'évolution du parc des lits marchands en station.

### FACTEURS DE REUSSITE

Si les bonnes conditions d'enneigement et d'ensoleillement sont le facteur principal de la réussite d'une saison, d'autres facteurs sont indissociables du succès sur le long terme :

- **La qualité de l'offre** : les domaines skiables français rivalisent d'imagination pour séduire leur clientèle.
- **L'intérêt intact du public pour les sports de glisse** : le ski reste la motivation première des vacanciers en station l'hiver.
- **Une profession reconnue et organisée** : nouveaux profils professionnels, meilleure qualification des salariés, organisme interne de la formation, sécurisation du parcours professionnel des saisonniers .
- **Des efforts de commercialisation et de promotion** réalisés par les entreprises de domaines skiables en collaboration avec l'ensemble des acteurs des stations pour séduire une clientèle française (75%) et étrangère.

### CONTRAINTES DES DOMAINES SKIABLES

#### • Le calendrier scolaire

Depuis 2009, le calendrier scolaire mis en place reporte les vacances d'hiver et de printemps plus tard dans la saison, au point que les vacances de printemps se déroulent en grande partie en dehors de la période d'ouverture des stations.

Le Cabinet d'études COMETE a chiffré l'impact de ce nouveau rythme mis en place il y a 3 ans : **-50% sur la fréquentation des vacances de printemps**. Il faut noter que cette situation doit se renouveler l'an prochain (début des vacances de Pâques le 13 avril 2013) du fait de la place de Noël d'une part, et d'une période de 6 semaines entre les vacances de Noël et celles d'hiver (comme cette année) d'autre part.



## • L'immobilier en station

Le parc des lits marchands en station joue un rôle important sur la fréquentation des domaines skiables. Son évolution dans les prochaines années est un enjeu fort pour l'avenir, et la Ministre du Tourisme a inscrit ce sujet dès le mois de juillet 2012 dans les priorités de son action.

## • L'impact de la crise sur les stations

**Depuis 2008, la fréquentation des domaines skiables n'a pas souffert de la crise.** Un certain ralentissement commence à être observé sur la consommation d'autres prestations en station mais l'impact de la crise est difficile à estimer à terme.

## PROMESSE DE L'EMPLOI TENUE

Dans un contexte économique difficile pour de nombreux secteurs, les domaines skiables **ont une fois de plus tenu la promesse de l'emploi en continuant d'apporter aux territoires supports une activité économique dynamique.** La fréquentation de la saison 2012 progresse de 3% par rapport à la saison passée et se situe légèrement au dessus de la moyenne des quatre derniers hivers.

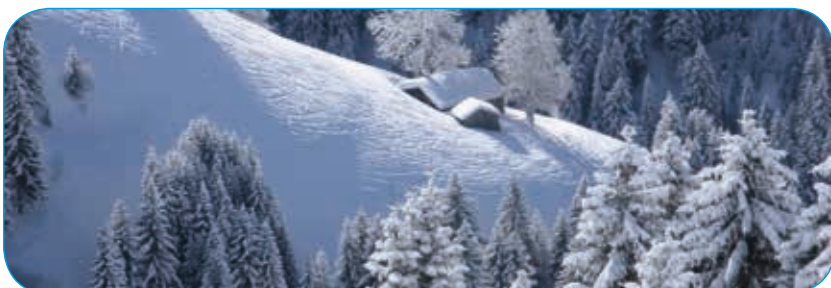
Au fil des années, les entreprises de domaines skiables sont devenues des **acteurs majeurs** de la vie économique et sociale sur les territoires de montagne. Les missions et les défis auxquels elles doivent faire face pour garantir la pérennité et le dynamisme de la vie en station sont nombreux :

- **Fixer la vie** sur les territoires.
- Mettre en œuvre un **aménagement durable.**
- Garantir la **sécurité** des employés et des clients.
- Maintenir le dynamisme d'une **économie qui emploie** une part importante des populations locales.

Face aux perspectives de changement climatique et à la crise économique, les domaines skiables de France déploient **des politiques novatrices et responsables** avec en ligne de mire une amélioration constante des conditions humaines, environnementales et techniques.

En stations, plus de 120 000 emplois dépendent de l'ouverture des domaines skiables (commerces, hébergements, écoles de ski, services en stations). Des résultats qui confortent les territoires qui ont fait le choix du tourisme, et ont investi de manière importante dans le développement des sports d'hiver quand cette activité n'en était qu'à son balbutiement (75 ans pour Tignes, 40 ans pour Val Thorens).

Cette activité est également **un facteur important d'amélioration de la balance commerciale** grâce à la présence d'une forte clientèle étrangère (on peut estimer à 2 milliards d'€ l'apport des stations aux exportations commerciales françaises).





## L'ATTRACTIVITE DES DOMAINES SKIABLES FRANCAIS

C'est la mission des 236 opérateurs de domaines skiabiles d'aménager, de créer, et d'accompagner le développement des sports de glisse afin qu'ils continuent de plaire au plus grand nombre. Chaque hiver voit apparaître de nouveaux aménagements de pistes ciblés, pour les ados, les débutants, les enfants, ou les skieurs experts. Chacun retrouve son univers d'expression : à chaque style de vie, son style de glisse.

**Les entreprises de domaines skiabiles investissent chaque année 300M d'€ au niveau national pour entretenir et renouveler le parc de remontées mécaniques, aménager les pistes, équiper les domaines en neige de culture, et rendre toujours plus attractive la pratique des sports de glisse.**

Initiatives des domaines skiabiles :

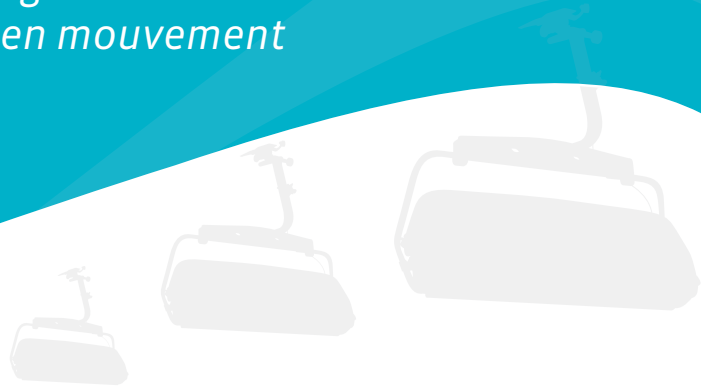
- Remontées mécaniques toujours plus performantes, **finie l'attente en bas des pistes**
- **Billetterie main libres**, plus de contraintes.
- Un forfait, plusieurs stations, **découverte d'autres terrains de glisse**.
- **Ski nocturne**, ski d'aurore, ski au clair de lune.
- **Forfaits adaptés** aux horaires de chacun, grasse matinée autorisée.
- **C'est en France qu'on skie au meilleur prix**.
- Achat des forfaits sur internet pour **éviter l'affluence à l'arrivée**.
- Aménagements d'**espaces thématiques** (ludiques, pédagogiques, Freestyle, Freeride, Skicross).
- **Webcams et vidéos** dans les espaces aménagés.
- **Séances « portes ouvertes »** au public pour découvrir les techniques de sécurité des domaines, ou la fabrication de la neige de culture, les techniques de damage.
- **Challenge avec les champions** ambassadeurs des stations en ski alpin ou ski nordique.
- Organisation de **covoiturage** vers les stations.

Retrouver toutes les initiatives des domaines skiabiles sur [www.domaines-skiabiles.fr](http://www.domaines-skiabiles.fr)

## LA GLISSE PREMIERE MOTIVATION DES VACANCES D'HIVER

Quelques chiffres témoignent de l'engouement du public pour les sports d'hiver :

- **250 stations en France** réparties sur 6 massifs, le domaine skiable français est le plus vaste d'Europe
- **Premier parc de remontées mécaniques au niveau mondial en termes d'équipement**.
- **10 millions de touristes**, dont 7 millions pratiquant les sports de glisse fréquentent les massifs français en hiver.
- Les sports de glisse, motivation première des vacances d'hiver et moteur de l'économie des stations : le domaine skiable capte 15% des dépenses des vacanciers, l'hébergement 18%, la restauration 10% → **pour un euro dépensé dans les remontées, 6 euros sont dépensés dans l'économie de la station**.



## Retour sur la saison 2011/2012 :

L'analyse du déroulement de la saison 2011/2012 par massif laisse apparaître quelques disparités : excellente saison dans les Alpes du Nord et le Massif du Jura, et plus contrastée dans les Pyrénées, le Massif Central, le Massif Vosgien et les Alpes du Sud.

Dans certains départements, comme dans les Alpes Maritimes, les Alpes de Haute Provence ou dans les Pyrénées Orientales, l'enneigement est resté particulièrement déficitaire cette année. Une trentaine de domaines skiables ont fait appel au dispositif de solidarité mis en place par Domaines Skiiables de France : Nivalliance.

Nivalliance a été mis en place par Domaines Skiiables de France en 2001. Il s'agit d'une assurance mutualisée pour laquelle chaque opérateur de remontées mécaniques paie une prime en fonction de son chiffre d'affaires. En fin de saison, si un opérateur est sinistré, il touche une indemnisation pouvant aller jusqu'à 12% de son chiffre d'affaires de référence. La France est le seul pays au monde à avoir mis en place un tel système de solidarité entre les entreprises de remontées mécaniques.

**Cette année, une trentaine d'entreprises a bénéficié de ce système de solidarité unique au monde.**

Retrouvez le bilan de la saison d'hiver 2011/2012 et la présentation des domaines skiables de France en vidéo sur [www.domaines-skiiables.fr](http://www.domaines-skiiables.fr)



### Contacts presse

Laurent Reynaud  
Délégué Général de  
Domaines Skiiables de France  
Tél. 04 79 26 60 70  
[l.reynaud@domaines-skiiables.fr](mailto:l.reynaud@domaines-skiiables.fr)

Agence Duodecim  
Florence Steurer  
Tél. 04 50 47 92 93  
[florence@duodecim.com](mailto:florence@duodecim.com)