

Dossier de presse



GRAND SKI

CHAMBÉRY - SAVOIEXPÔ
23-24 JANVIER 2018



infiniment montagne
mountain inspiration



Contact presse :

Stéphanie Cadet – 01 42 96 70 75

Portable sur le salon : 06 76 09 26 30

Stephanie.cadet@atout-france.fr



France.fr

Sommaire

1 - Grand Ski 2018

1.1 - Chambéry accueille Grand Ski 2018	p. 3
1.2 - Le programme	p. 4
1.3 – Chiffres-clés	p. 6
1.4 – Les éductours	P. 8

2 - Bilans et tendances

2.1 - Tendances saison 2017/2018	p. 10
2.2 - Les publications Montagne de Atout France	p. 12

3 - Annexes

3.1 – Nationalités des tour-opérateurs présents	p. 13
3.2 - Les sponsors	p. 14
3.3 - Les partenaires	p. 15
3.4 - Atout France	p. 23

Suivez Grand Ski sur Twitter

#GrandSki

@atout_france



1- GRAND SKI 2018

1.1 Chambéry accueille Grand Ski 2018

Les 23 et 24 janvier, le salon Grand Ski ouvre à nouveau ses portes à SavoieExpo à Chambéry, pour accueillir plus de 1100 professionnels du tourisme.



Grands domaines et stations familiales, hébergeurs, transporteurs, prestataires de services... 242 sociétés exposantes seront là pour présenter aux tour-opérateurs internationaux le meilleur de la montagne française dans sa grande diversité.

Des prescripteurs venus d'Europe pour la grande majorité (76%), Grande-Bretagne, Russie et Pays-Bas en tête, mais également de plus en plus nombreux en provenance des pays émergents.

Le salon Grand Ski réunit toutes les conditions pour permettre aux professionnels exposant de développer leurs échanges commerciaux avec les 480 prescripteurs internationaux spécialisés sur les produits France et/ou montagne. Cette année, 10 697 rendez-vous d'affaires ont été programmés.

Grand Ski sera également l'occasion, pour les tour-opérateurs d'expérimenter le 1^{er} domaine skiable au monde : 20 stations se sont mobilisées pour accueillir les tour-opérateurs en éducteurs en amont du salon et ainsi leur permettre de découvrir tout leur potentiel touristique.

** Le salon Grand Ski est organisé par Atout France en partenariat avec Air France, la SNCF, Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, Savoie Mont-Blanc Tourisme, France Montagnes, Grand Chambéry Alpes Tourisme, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Savoie, VINCI Airports et Genève Aéroport.*

⇒ CHIFFRES CLÉS

2 journées de workshop

242 sociétés françaises exposantes,

480 tour-opérateurs internationaux venus de **57** pays

10 697 rendez-vous d'affaires programmés

20 stations mobilisées pour accueillir les tour-opérateurs en éducteurs

1.2 Le programme

Lundi 22 janvier : les Rencontres de Grand Ski

Anticiper les mutations de nos clientèles internationales : focus sur les marchés britannique et chinois était le thème des Rencontres de Grand Ski 2018 organisées par Atout France le 22 janvier, la veille du salon.

L'occasion pour les participants de découvrir les 1ers premiers résultats de l'étude *Esprit Millennials : l'attractivité internationale de la France auprès des jeunes*, réalisée par Atout France et IPSOS, avec un focus sur les destinations montagne, puis de débattre autour de 2 tables rondes consacrées à :

- la clientèle anglaise, 1^{re} clientèle de nos destinations montagne en hiver. Le BREXIT présente-t-il un risque ? Comment l'anticiper ?
- la clientèle chinoise, vient-elle en France, en station ? La Chine est un marché important pour l'exportation du savoir-faire de nos entreprises touristiques. Quel retour sur investissement pouvons-nous attendre ? Quelles perspectives et opportunités de développement touristique pour la montagne hivernale ?

Mardi 23 janvier : salon Grand Ski

- 09h00 Ouverture du workshop
- 09h20 Début des rendez-vous préprogrammés entre exposants et tour-opérateurs
- 10h30 **Inauguration officielle du salon**
- 11h15 **Rencontre avec la presse** (salle le Sommet - Hall D)
en présence de :
 - **Christian MANTEI**, Directeur général de Atout France,
 - **Michel DANTIN**, Maire de Chambéry,
 - **Vincent ROLLAND**, Co-président de Savoie Mont Blanc Tourisme,
 - **Xavier DULLIN**, Conseiller régional, Vice-président en charge de la Montagne de Auvergne Rhône Alpes Tourisme,
 - **Gilles CHABERT**, Président de la commission Montagne, Région Auvergne Rhône-Alpes,
 - **Jean-Luc BOCH**, Président de France Montagnes, Administrateur de l'ANMSM
- 12h00 Cocktail presse (salle le Sommet – Hall D)
- 13h00 Déjeuner
- 14h00 Poursuite des rendez-vous préprogrammés entre exposants et tour-opérateurs
- 18h00 Fin de la première journée du workshop

20h00 **Soirée officielle Grand Ski** à la Patinoire de Chambéry organisée par Grand Chambéry Alpes Tourisme et ses partenaires.
Dans une ambiance totalement « givrée », autour des thèmes de la glisse et de la glace, l'événement *Ice Experiences*, emmènera les participants à la découverte de l'association harmonieuse du chaud et du froid, déclinée à la fois dans les animations et dans la restauration.

Mercredi 24 janvier : salon Grand Ski

09h00 Ouverture du workshop

09h20 Début des rendez-vous préprogrammés entre exposants et tour-opérateurs

12h40 Déjeuner

13h40 Poursuite des rendez-vous préprogrammés entre exposants et tour-opérateurs

17h00 Clôture du salon

1.3 Chiffres-clés

Grand Ski confirme une nouvelle fois son succès auprès des tour-opérateurs venus des 5 continents et des professionnels de la montagne française. Des exposants et visiteurs que le salon a su fidéliser au fil des ans, tout en s'ouvrant à de nouveaux venus.

⇒ LES TOUR-OPÉRATEURS

480 tour-opérateurs en provenance de 57 pays.

Europe

364 tour-opérateurs (371 en 2017)

3 marchés dominant l'activité sport d'hiver des montagnes françaises, ils représentent à eux seuls 35% des visiteurs du salon :

- Grande-Bretagne : 80 tour-opérateurs (73 en 2017)
- Russie/Ukraine : 60 tour-opérateurs (59 en 2017)
- Pays-Bas : 31 tour-opérateurs (32 en 2017)

Amériques

38 tour-opérateurs (32 en 2017)

venus des États-Unis, du Canada, d'Argentine, du Brésil, du Chili, de Colombie, du Pérou, d'Uruguay et du Mexique.

Proche et Moyen-Orient

41 tour-opérateurs (31 en 2017)

venus d'Israël, d'Arabie Saoudite, d'Égypte, des Émirats Arabes Unis, du Liban, du Koweït, de Jordanie et d'Iran.

Asie Pacifique Afrique

37 tour-opérateurs (29 en 2017)

venus d'Afrique du Sud, de Chine, de Corée du Sud, de Malaisie, de Singapour, de Thaïlande, d'Inde et du Japon.

Provenance des tour-opérateurs

75% Europe

9% Proche et
Moyen Orient

8% Amériques

8% Asie, Pacifique,
Afrique

Consultez la liste complète des nationalités en annexe, page 13

À noter : les tour-opérateurs venus d'Europe restent largement majoritaires. On observe également cette année une augmentation de prescripteurs en provenance d'Afrique du Sud (7 contre 1 seul en 2017) et d'Israël (15 contre 10 en 2017).

⇒ LES EXPOSANTS

242 sociétés sont au rendez-vous cette année.

- Répartition par secteur d'activité :

48%	Hébergeurs / restaurants
32%	Stations / Exploitants de domaines skiables
11%	Services / activités
5%	Transports
4%	Réceptifs

- Répartition par massif :

71%	Alpes du Nord
16%	Multi-massifs
8%	Alpes du Sud
5%	Pyrénées

⇒ Des rendez-vous préprogrammés pour un salon performant

La nécessité de programmer des rendez-vous entre visiteurs et exposants, en amont de la manifestation, est une des clés du succès de Grand Ski.

Ce système d'inscription et de prise de rendez-vous via le site www.grandski.org permet à chaque acheteur de cibler ses contacts et optimiser ainsi sa participation au salon.

Parallèlement, les exposants ont la possibilité de solliciter des entretiens auprès des tour-opérateurs, le système favorisant les rendez-vous entre professionnels ayant le plus de critères communs.

À la date de clôture des prises de rendez-vous, 10 697 entretiens d'affaires planifiés étaient enregistrés (+6% par rapport à l'an passé).

1.4 Les éductours

La présence de tour-opérateurs internationaux pour le salon Grand Ski est également l'occasion de leur faire découvrir la qualité et la diversité du 1^{er} domaine skiable au monde (1 180 km², soit 30% du domaine mondial).

Découverte des stations par les voyageurs internationaux : les éductours 2018

Les éductours, proposés le week-end précédent le salon, permettent aux prescripteurs internationaux d'effectuer un parcours original à la découverte des potentiels touristiques des stations de sport d'hiver. Un principe exclusif qui offre une véritable expérience de l'offre touristique française.

Les différents éductours dans les massifs permettent de mettre en avant la diversité des territoires et destinations de montagne l'hiver : restaurants étoilés et auberges, stations et sites renommés, équipements hôteliers et structures d'accueil, manifestations et événements,... autant d'ingrédients qui placent l'opération sur le registre de la convivialité et du professionnalisme.

En 2018, 213 voyageurs participent aux éductours proposés par 20 stations.

Stations	Nationalités des tour-opérateurs reçus
Alpes d'Huez	Bulgarie, Kosovo, Macédoine, Roumanie, Russie CEI
Arêches-Beaufort	Grande-Bretagne
Avoriaz	Russie CEI
Brides-les-Bains	Croatie, Slovaquie, Slovénie, Serbie
Courchevel	Russie CEI
Evian	Asie du Sud-Est
La Plagne	Russie, Afrique du Sud, Corée
La Rosière	Grande-Bretagne, PMO
Lake Annecy Ski Resort	Pays-Bas
Les 2 Alpes	Inde, Pologne
Les Arcs	Afrique du Sud, Corée du Sud
Les Ménuires	Russie
Megève	Afrique du Sud, Corée du Sud, Russie
Méribel	Allemagne, Bosnie, Croatie, Grande-Bretagne, Roumanie, Slovénie, PMO, USA, Canada, Argentine, Colombie, Pérou, Chine
Orcières	République Tchèque
Samoëns	Danemark, Espagne, Finlande, Pays Baltes, Portugal, Suède
Saint-François Longchamp	Portugal
Tignes	Grande-Bretagne, Russie
Val d'Isère	Russie, Afrique du Sud, Inde
Val Thorens	Grande Bretagne, Russie, PMO, USA, Canada, Brésil, Argentine, Uruguay, Afrique du Sud

2 - Bilans et tendances

2.1 Tendances saison 2017/2018

Communiqué de presse du 16 janvier 2018 :



Un bilan de fréquentation positif pour les vacances de Noël positif et de bonnes perspectives pour la suite de la saison

Les données récoltées et analysées par l'Observatoire National des Stations de Montagne ANMSM-Atout France, montrent de très bons résultats de fréquentation pour les vacances de Noël qui viennent de s'achever, malgré un calendrier scolaire particulier et des aléas météorologiques.

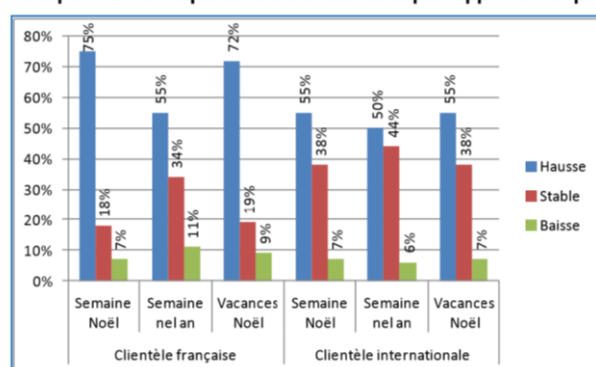
Jusqu'à 14 points de hausse pour les taux d'occupation pour la semaine du Nouvel An

Au global, le bilan des vacances écoulées présente des taux d'occupation fidèles à ceux annoncés mi-décembre. Plus de 9 répondants sur 10 se réjouissent de cette fin d'année 2017.

La semaine de Noël, dont le taux d'occupation est en augmentation de +10 points par rapport à l'année dernière, a enregistré de meilleures performances de fréquentation que celle du nouvel an. Quels que soient la semaine ou le type de clientèle, la fréquentation est annoncée en progression par rapport à la saison passée. Les taux d'occupations pour les hébergements ont été ainsi de 79 % pour les vacances de Noël.

« Les données de l'enquête de conjoncture de ce début d'année confirment les tendances, déjà présentées en décembre dernier en amont des vacances. Les chutes de neiges abondantes ont permis ce début de saison prometteur avec 14 points de hausse pour le taux d'occupation sur la semaine du Jour de l'An. Les acteurs de la montagne ont su s'adapter aux particularités du calendrier scolaire et faire face aux intempéries » souligne Charles-Ange Ginésy président de l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne.

Perception de la fréquentation des clientèles par rapport à l'an passé

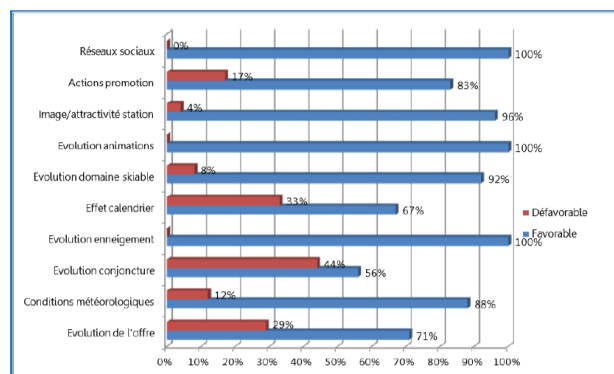


Concernant la clientèle étrangère, les Britanniques ont été les plus présents dans les stations en fin d'année. Ils se classent en première position dans les Alpes du Nord et au 2^e rang dans les Pyrénées. De leurs côtés, les clientèles belge et espagnole ont été les plus nombreuses dans les Alpes du Sud et les Pyrénées. On notera dans les Alpes du Sud, l'arrivée sur la 3^e marche du podium de la clientèle venue d'Europe de l'Est.

Les stations sont unanimes sur la meilleure qualité du manteau neigeux et du ski pour ces vacances de Noël avec de très bons indices de skiabilité, culminant même à 91 % pour les montagnes du Jura.

Les professionnels s'accordent sur le rôle favorable de l'enneigement, des réseaux sociaux et des animations proposées. Ils relèvent néanmoins des éléments plus négatifs que furent notamment le calendrier et la conjoncture économique.

Facteurs expliquant la perception de fréquentation pour les vacances de Noël



Pour cette période des vacances de Noël, les réservations de dernière minute et les courts séjours sont annoncés en nette progression par rapport à l'année passée. En revanche, les demandes de séjours packagés restent stables. Cette évolution est sans doute due aux chutes de neige exceptionnelles ayant attiré la clientèle.

Côté activités, celles liées au ski progressent. Selon Domaines Skiables de France, le nombre de journées-skieurs est en augmentation de 7% par rapport à la moyenne des précédentes périodes de vacances de Noël. Le Syndicat National des Moniteurs du Ski Français note une augmentation des cours de ski de +95% pour la semaine de Noël et de +78% pour celle du nouvel an par rapport à l'année dernière. Les 2/3 des répondants de l'enquête ANMSMATout France relèvent une augmentation dans la location de matériel de ski. En parallèle, les promenades en raquettes sont également en croissance, de même que la location de matériel hors ski en général. Seules les promenades en chiens de traîneaux demeurent stables pour la moitié des stations interrogées. La stabilité est aussi de mise pour les activités de bien-être, les animations réservées aux enfants ou encore les visites culturelles.

L'enquête s'intéresse également aux habitudes de consommation. La bonne fréquentation globale dans les stations se conjugue avec une perception de hausse concernant la consommation au sein des commerces et des restaurants.

L'optimisme des stations pour la suite de la saison.

En ce début janvier, les prévisions de fréquentation pour la période inter-vacances (du 8 janvier au 9 février) paraissent satisfaisantes pour 81 % des stations répondantes. Si une majorité des professionnels interrogés s'attendent à une fréquentation identique à celle de l'an passé, 40% annoncent une progression des réservations.

Pour les vacances d'hiver (10 février – 5 mars), les perspectives de fréquentation sont bonnes, ¾ des stations interrogées annonçant des réservations assez satisfaisantes. 42 % des répondants annoncent même un niveau des réservations à venir supérieur à celui de l'an passé.

Méthodologie

Les données sont issues d'une enquête qualitative menée par l'ANMSM auprès son réseau entre le 2 et 8 janvier 2018 (57 stations répondantes) ainsi que de la plateforme quantitative ANMSM conçue par le cabinet G2A sur un panel de 110 000 lits. Des contributions émanant de DSF et du SNMSF viennent également enrichir cette note.

Source des graphiques à préciser en cas d'utilisation : Enquête qualitative ANMSM/Atout France

2.2 Publications Montagne de Atout France

Tourisme estival des destinations de montagne Cahier n°1 : clientèles et potentiels

Souvent présentée comme une activité hivernale, la montagne est aussi le 2nd espace de destination des Français en juillet-août. Mais qui sont les visiteurs de la montagne l'été ? Que recherchent-ils ? Comment les destinations peuvent-elles développer leur fréquentation estivale ?

Avec son 1^{er} cahier dédié au tourisme estival à la montagne, Atout France a mené l'enquête. L'analyse du taux de départs des Français à la montagne offre une première surprise, puisque c'est en été qu'il s'avère le plus élevé, période durant laquelle l'espace montagne réalise les meilleures performances. Les 4 mois d'été (juin à septembre) concentrent en effet 51% des nuitées des Français à la montagne (et 45% de leurs dépenses) contre seulement 33% entre décembre et avril (et 40% de leurs dépenses). Il en va de même pour les clientèles internationales lorsque l'on cumule nuitées dans les hôtels et en hôtellerie de plein air.

L'été est donc bien une saison tout aussi majeure que l'hiver. Toutefois, son attractivité repose sur des dynamiques, des profils clients, des flux et des espaces nettement différents de ceux de l'hiver.

Pour en savoir plus, demandez la publication en service presse !



*Tourisme estival des destinations de montagne
Cahier n°1 : clientèles et potentiels
Atout France – Avril 2017*

Tourisme hivernal des stations de montagne Offre, demande et évolutions récentes

La fréquentation des domaines skiables français enregistre depuis quelques années une relative stagnation, après plus d'une décennie de croissance à près de 3% par an. Manque d'adaptation aux attentes des clientèles ? Positionnement tarifaire parfois jugé moins attractif par rapport à d'autres destinations ski en émergence ?

Si la France se place parmi les destinations leaders en nombre de journées-skieurs comptabilisées, cette fréquentation tend cependant à stagner ces dernières années. Si cette tendance touche les clientèles familiales françaises, les touristes internationaux sont également globalement en baisse. De nouvelles tendances de consommation ont en effet impacté l'attractivité et le modèle de développement des stations de montagne. Il est donc aujourd'hui indispensable de d'amplifier la diversification des pratiques et l'enrichissement des expériences grâce à la mobilisation de tous les acteurs. L'enjeu consiste à faire les bons choix en agissant collectivement sur les meilleurs leviers.

Pour en savoir plus, demandez la publication en service presse !



*Tourisme hivernal des stations de montagne
Offre, demande et évolutions récentes
Atout France – Octobre 2015*

3 - Annexes

3.1 57 nationalités de tour-opérateurs présents

1	Afrique du Sud	30	Japon
2	Allemagne	31	Jordanie
3	Andorre	32	Kosovo
4	Arabie Saoudite	33	Koweït
5	Argentine	34	Lettonie
6	Arménie	35	Liban
7	Autriche	36	Lituanie
8	Belgique	37	Macédoine
9	Bosnie-Herzégovine	38	Malaisie
10	Brésil	39	Mexique
11	Bulgarie	40	Moldavie
12	Canada	41	Norvège
13	Chili	42	Pays-Bas
14	Chine	43	Pérou
15	Colombie	44	Pologne
16	Corée	45	Portugal
17	Croatie	46	République Tchèque
18	Danemark	47	Roumanie
19	Egypte	48	Russie
20	Emirats Arabes Unis	49	Serbie
21	Espagne	50	Singapour
22	Etats-Unis	51	Slovaquie
23	Finlande	52	Slovénie
24	France	53	Suède
25	Grande-Bretagne	54	Suisse
26	Inde	55	Thaïlande
27	Iran	56	Ukraine
28	Israël	57	Uruguay
29	Italie		

3.2 Les sponsors

VINCI Airports (Aéroports de Lyon, Chambéry et Grenoble)

Grâce à leur situation stratégique, les aéroports de Chambéry, Grenoble et Lyon, gérés par VINCI Airports, sont la porte d'entrée des Alpes françaises, offrant les plus courts transferts vers les principales stations de ski. Des infrastructures et des équipes dédiées pour une expérience inoubliable pour les skieurs !

Nouveauté : Manchester/Stockholm/Londres Heathrow/Londres Stansted /Birmingham/Moscou/St Petersburg/Montréal.



Intersport, leader mondial de la distribution d'articles de sport, propose sous son label "Location Rent" un réseau de location de skis de plus de 230 magasins en France, garantissant une proximité des lieux de résidence. Sa valeur ajoutée : ses magasins sont plus que des points de retrait de matériel et offrent toute une gamme de produits (textile, matériel et accessoires) et de services tout au long du séjour.

Nouveauté : Cet hiver, encore 10 nouveaux magasins en stations pour rester toujours au plus près de vos clients.



Skiset, est le leader de la location de matériel de ski. Avec plus de 800 magasins au pied des pistes, Skiset propose aux tour-opérateurs de commercialiser la location de skis aux meilleures conditions. Les magasins Skiset sont présents dans toutes les grandes stations françaises, à proximité ou à l'intérieur des principales résidences de tourisme.



Sport 2000 : 220 magasins au cœur des stations de ski françaises dans tous les massifs. Choisir Sport 2000 pour sa location de matériel de ski, c'est bénéficier du savoir-faire de passionnés de montagne. Depuis plus de 50 ans, Sport 2000 s'adapte au profil de chaque skieur et à leurs envies en proposant une large gamme de matériel de ski et de snowboard. Une sélection rigoureuse des plus grandes marques assure aux clients une expérience inoubliable.

Nouveauté : Cet hiver, Sport 2000 déploie son nouveau concept "Montagne" sur plus de la moitié de ses magasins.



MGM Hôtels & Résidences propose des séjours haut de gamme dans les plus belles stations des Alpes. Ses résidences et chalets de prestige privilégient une architecture montagnarde et des espaces dédiés au bien-être. Idéalement situé au cœur de Chamonix, à côté du téléphérique de l'Aiguille du Midi, Le Cristal de Jade offre 51 appartements contemporains. Le Roc des Tours au Grand-Bornand Chinaillon dispose de 39 appartements au pied des pistes.

Nouveautés : Trois nouvelles résidences et un hôtel, Les Suites d'Alexane. Ouverture hiver 2018/2019.



3.3 Les partenaires

- Air France
- Voyages-sncf.eu et Rail Europe
- Auvergne Rhône-Alpes Tourisme
- Savoie Mont-Blanc Tourisme
- France Montagnes
- Grand Chambéry Alpes Tourisme
- La Chambre de Commerce et d'Industrie de Savoie
- VINCI Airports
- Genève Aéroport

Air France

En un clin d'œil

Air France-KLM est un leader mondial dans ses trois activités principales : le transport aérien de passagers, le transport de fret et la maintenance aéronautique.

Premier Groupe en termes de trafic intercontinental au départ de l'Europe, Air France-KLM exploite jusqu'à 2 200 vols par jour et permet à ses clients de voyager vers plus de 320 destinations dans 118 pays. L'activité loisir low cost du Groupe, en pleine croissance, est opérée par Transavia en France et aux Pays-Bas avec des destinations en Europe et dans le bassin méditerranéen.

En 2016, c'est ainsi un total de 93,4 millions de passagers et 1 million de tonnes de fret qui ont voyagé à bord des 534 avions du Groupe.

Air France-KLM exploite avec son partenaire Delta la plus grande joint-venture transatlantique avec 270 vols quotidiens. En outre, Air France-KLM est membre fondateur de l'alliance SkyTeam qui rassemble 35 compagnies aériennes, offrant accès à un réseau mondial de plus de 16 270 vols quotidiens vers 1 057 destinations dans 179 pays.

Le programme de fidélité Flying Blue est leader en Europe et compte plus de 27 millions d'adhérents.

Le monde change, les attentes des voyageurs évoluent. Le Groupe offre à ses clients des produits toujours plus adaptés à leurs besoins et à leurs façons de voyager, en investissant continuellement dans de nouveaux produits et services.

AIRFRANCE

Contact :

Viviane DAL-MAS

[viviane.dal-](mailto:viviane.dal-mas@atout-france.fr)

mas@atout-france.fr

Voyages-sncf.eu et Rail Europe

Voyages-sncf.eu et Rail Europe sont les leaders mondiaux dans la distribution du rail européens et spécialistes de la destination France.

Présents dans plus de 80 pays, nous proposons aux tour-opérateurs et agents de voyages des solutions d'accès à l'inventaire ferroviaire SNCF et International.

- Europe : Voyages-sncf.eu
- International : Raileurope.com

Pour la saison de ski 2017-2018, nous proposons des voyages avec TGV, Intercités et tous les transporteurs internationaux pour rejoindre à grande vitesse les stations des Alpes et des Pyrénées et nous mettons tout en œuvre pour faciliter le voyage en train !

- 100 TGV directs pour les Alpes au départ de Brest, Nantes, Quimper et Rennes.
- 100 TGV directs pour les Alpes au départ de Lille et Bruxelles.
- 2 allers-retours Eurostar chaque week-end entre Londres et Bourg-St-Maurice.



RAILEUROPE

Contact presse :

David Dupuis

[DDupuis@voyages-](mailto:DDupuis@voyages-sncf.com)

sncf.com

Auvergne Rhône-Alpes Tourisme

La nouvelle région Auvergne – Rhône-Alpes regroupe sur son territoire 169 stations de ski, et la montagne est l'espace le plus visité. Elle représente à elle seule plus de 74% de l'économie de la montagne française.

« Avec 38 millions de journées skieurs durant l'hiver 2016/2017, la région Auvergne-Rhône-Alpes se place largement en première position des régions européennes pour le ski, devant le Tyrol (25 millions de journées skieurs), et des pays comme l'Italie, le Japon et la Suisse. Ce leadership hivernal contribue à notre ambition d'être dans le top 5 des régions touristiques les plus attractives d'Europe d'ici 5 ans » déclare Lionel Flasseur, Directeur Général d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

Ces journées skieurs ont engendré plus d'un milliard d'euros de recettes pour les remontées mécaniques, soit 79% de part de marché nationale (source : Domaines Skiables de France). Cette place de leader s'explique notamment par des domaines skiables reliés entre eux, ouverts à tous niveaux de ski, ainsi que des tarifs compétitifs et une politique d'investissements soutenue.

Les atouts certains du ski en Auvergne-Rhône-Alpes

Auvergne-Rhône-Alpes est le premier domaine skiable au monde, et offre un formidable terrain de jeu pour la neige avec des espaces aménagés immenses, des pistes de ski pour tous niveaux et des espaces réservés aux débutants dans toutes les stations. De plus, nombre d'hébergements « ski aux pieds » sont positionnés au pied des pistes (nul besoin d'emprunter une navette pour joindre le lieu d'hébergement au domaine skiable).

En outre, le rapport qualité/prix imbattable des forfaits de ski attire une clientèle exigeante : les plus grands domaines skiables au monde et les forfaits remontées mécaniques proportionnellement les moins chers. Le domaine des 3 Vallées propose ainsi un forfait ski à 61 € par jour en haute saison pour 159 remontées mécaniques et 342 pistes de ski, soit 600 km de pistes. En comparaison, pour Madonna di Campiglio, station huppée italienne c'est 50 € le forfait jour pour uniquement 150 km de pistes.

Ces résultats sont portés par des investissements permanents. Ainsi, en 2016 les professionnels de la région ont consacré 243 millions d'euros à leurs domaines skiables (remontées mécaniques, neige de culture, damage, pistes ...), soit 80% de l'investissement national (source Montagne Leaders – janvier 2017).

Le CRT à la conquête des marchés lointains

Le CRT affirme ses ambitions à l'international, soutenu par les bureaux de Atout France, en présentant l'offre touristique de la région sur des marchés émergents et lointains tels que la Chine, la Russie, le Japon, les Etats-Unis et le Canada.



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Contacts :

Céline Gomes
Responsable
Montagne
c.gomes@auvergnerhonealpes-tourisme.com
onealpes-tourisme.com
+33 4 26 73 31 68

Savoie Mont-Blanc Tourisme

Savoie Mont Blanc Tourisme, aux côtés d'Atout France, est honorée d'accueillir à nouveau au cœur de son territoire l'édition « Grand Ski 2018 » et de contribuer à la promotion de la montagne et de sa marque-destination aux 112 stations et 18 grands domaines skiables reliés.

Dans le top mondial pour la pratique du ski

La France représente 30% de la surface skiable européenne et les 2/3 sont concentrés en Savoie Mont Blanc. Quatre stations se hissent dans le top 10 des plus fréquentées au monde ainsi que la Meilleure station au monde, Val Thorens. Avec 39,1M de nuitées hivernales l'an dernier, nos 112 stations et les 1,1 million de lits touristiques séduisent toujours plus la clientèle étrangère qui représentent l'hiver plus d'une nuitée sur trois. La qualité, les montants des investissements touristiques et une note de satisfaction client de 8,2/10 sont autant d'indicateurs démontrant l'excellence de la destination.

Le marché britannique, objet de toute notre attention

Savoie Mont Blanc reste la destination neige favorite des britanniques. Notre 1^{ère} clientèle étrangère reconnaît la destination comme leader en matière de domaine skiable et garantie neige. Dans un contexte d'incertitude lié au Brexit, Savoie Mont Blanc Tourisme et les socio-professionnels intensifient leurs efforts pour conserver cette attractivité, s'appuyant sur les enseignements de la dernière étude qualitative SPIKE 2017 (commandée conjointement par Savoie Mont Blanc Tourisme et France Montagnes). Fondée sur l'analyse des comportements skieurs et le processus de décision dans le choix de la destination, elle s'inscrit dans une démarche active de renouvellement de la clientèle.

Le marché chinois dans le viseur

Alors que le marché du ski en Chine est un axe de développement stratégique renforcé par l'organisation des JO de Pékin en 2022, Savoie Mont Blanc Tourisme suit au plus près l'évolution du marché et poursuit ses efforts de séduction en réservant un accueil privilégié aux tour-opérateurs chinois présents à Grand Ski 2018 et en accompagnant la dynamique impulsée par le Cluster Montagne notamment lors du renommé salon touristique Alpitec de Pékin où elle sera présente du 24 au 26 janvier aux côtés d'Auvergne-Rhône-Alpes.



Contact presse :
Christelle Lacombe
Tél. : 06 21 96 57 27
presse@smbtourisme.com

France Montagnes

La montagne française offre le plus grand domaine skiable du monde (350 stations ou sites de ski, 250 Ecoles du Ski Français) et le plus diversifié avec le premier parc de remontées mécaniques au monde à la pointe de la modernité (3391 remontées mécaniques).

France Montagnes est la structure regroupant les principaux acteurs du tourisme de montagne en France afin de promouvoir la destination et ses bienfaits à l'échelle nationale et internationale.

En partenariat étroit avec Atout France, France Montagnes met en place des actions marketing : campagnes de promotion et de diffusion de contenus, développement des réseaux de distribution, relations presse, formation en ligne.

Cette année à Grand Ski, nous avons le plaisir de présenter :

Le Printemps du ski : « du ski, oui... mais pas que ! ». Lancé par France Montagnes, « le Printemps du Ski » s'installera dès le 20 mars dans les stations, autour de 3 thématiques : le ski family, le ski festif et l'initiation au ski.

Le label Famille Plus. Il sélectionne les communes françaises qui répondent de façon qualitative aux attentes des familles avec enfants, et dont l'offre est optimale : accueil personnalisé, animations et activités adaptées et encadrées, offres tarifaires, services facilitateurs de vacances... Créé et géré par l'ANMSM avec 2 autres associations, les Stations Vertes et l'ANETT, ce label touristique national, pionnier et unique en son genre, est reconnu par le Ministère du tourisme.

Les tendances de la montagne française cet hiver avec notamment les nouveaux hébergements et les grandes nouveautés sur les domaines skiables toujours plus ludiques et inventifs.



Contact presse :

Charlène Thomasset
Responsable presse :
c.thomasset@france-montagnes.com
+33(0)4 79 65 06 75

Martine Achard
Resp. promotion :
m.achard@france-montagnes.com
+33(0)4 79 65 06 75

Jean-Marc Silva –
directeur
jm.silva@france-montagnes.com
+33 (0)4 79 65 06 75

Grand Chambéry Alpes Tourisme

Grand Chambéry Alpes Tourisme, destination citadine de Savoie

Grand Chambéry Alpes Tourisme c'est

- **Chambéry**, LA destination citadine de Savoie
- **2 stations** :
- o **Savoie Grand Revard**
- o **Aillons-Margériaz 1000 & 1400**

A 3 h de Paris, 1 h de Lyon, Genève et l'Italie, **Chambéry Challes-les-Eaux** est la base idéale pour découvrir montagnes et lacs alpins, sous le signe du patrimoine et de la nature.

Chambéry Ville d'art & d'histoire est à 2 pas d'une station thermale, et à moins de 30mn de 2 stations de ski dans le Massif des Bauges !

Bons plans :

- Pour la deuxième année consécutive **Le PetitHôtelConfidentiel** a été élu **Meilleur hôtel 5* de France** (Trivago Awards 2017 et 2018),
- **3 châteaux-hôtels...** vous accueillent à Chambéry
- Notre **Service Commercial** est à votre disposition. Notre objectif : vous faciliter les Alpes !

www.chambery-tourisme.com

Le massif des Bauges est un territoire d'exception qui offre des paysages splendides et séduira tous les amateurs de nature, de calme et d'authenticité. Tant par la richesse de la faune que par celle de la flore, le patrimoine naturel est remarquable et constitue l'un des atouts majeurs de ce Parc naturel régional.

Classée parmi les meilleurs domaines de ski nordique en France avec 150 km de pistes, **Savoie Grand Revard** dispose également de 50 km de pistes de ski alpin, d'un stade de biathlon aux normes internationales, et d'une multitude d'itinéraires permettant de sillonner ce territoire préservé. Que ce soit en raquette, ski-joëring, yooner, snowscoot, motoneige, chiens de traîneau, troïka ou même à cheval, c'est un plaisir inégalé que de parcourir ses forêts et vastes étendues enneigées.
<https://www.savoiegrandrevard.com/>

Au cœur du Géoparc, **Aillons-Margériaz 1000** et **Aillons-Margériaz 1400** accueillent les skieurs débutants et confirmés, petits et grands, pour l'initiation et la pratique de toutes les glisses au sein d'un domaine bien équipé et sécurisé. La découverte de grands espaces protégés à ski alpin ou nordique, en raquettes ou chiens de traîneau, avec des panoramas à couper le souffle, seront autant de bonheur à partager en famille ou entre amis. Pour les plus aguerris, 2 des pistes les plus raides des Alpes sont disponibles !

www.lesaillons.com

**GRAND CHAMBÉRY
ALPES TOURISME**
— Bauges – Challes-les-Eaux – Chambéry —

Contact presse :

GERARD CHARPIN
g.charpin@grandcha-
mberyalpes-
tourisme.com
+33 (0)4 79 33 81 61
www.chambery-tourisme.com

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Savoie

La CCI Savoie partenaire du tourisme de montagne.

La Savoie est le premier département touristique de la région Auvergne Rhône Alpes. Le tourisme crée 50% de la richesse du territoire et concerne directement 5291 entreprises ressortissantes de la Chambre de Commerce et d'Industrie.

Avec 51 stations de ski alpin implantées sur son territoire, la Savoie est la première destination montagne l'hiver en France. Le poids de la clientèle française et étrangère est de l'ordre de 70% / 30%. La fréquentation annuelle globale sur le département cumule ainsi 22,6 millions de nuitées.

L'accompagnement vers plus de qualité et de compétitivité sont des axes de partenariat forts.

Les stations de ski savoyardes ont une capacité d'organisation reconnue. Devenues un passage incontournable pour la compétition, les stations de Courchevel et de Méribel portent la candidature française pour l'organisation des championnats du monde de ski alpin en 2023.

La CCI Savoie accompagne le développement des entreprises de l'industrie de la montagne et du tourisme à chaque étape de leurs projets, elle vise aussi à renforcer la coopération territoriale entre tous les acteurs avec notamment le soutien du Cluster Montagne à l'international.

Les actions de la Chambre de Commerce et d'Industrie participent au rayonnement des entreprises de notre territoire avec des axes tels que :

Le Réseau tourisme, des trophées « Les Inédits des Neiges », le marché de l'itinérance, le développement de l'hôtellerie de plein air, le réseau des CCI de Montagne qui comptent parmi les dispositifs marquants de la promotion des entreprises savoyardes.

Au sein du réseau des CCI de Montagne et en partenariat avec les ESF, la CCI Savoie collabore pour développer et animer le dispositif « la Trace » qui vise à favoriser et développer le tourisme durable autour des piliers environnementaux, sociaux et de l'économie circulaire. La mise en place d'un nouvel outil nommé « ESF + » aide à la construction d'un séjour en ligne dans une logique de circuit court, équitable.

La CCI Savoie accompagne le plan départemental de déploiement du Très Haut Débit ainsi que toutes les entreprises qui s'engagent dans une démarche de certification pour la protection de l'environnement ou pour l'efficacité énergétique.



CCI Savoie
5 rue Salteur
73024 Chambéry
04 57 73 73 73
www.savoie.cci.fr

Contact presse
AILLOUD Anne-Marie
am.ailloud@savoie.cci.fr

Directrice tourisme
MARCHAL Christel
c.marchal@savoie.cci.fr

Directrice Générale
FAVRAT Nelly
n.favrat@savoie.cci.fr

VINCI Airports

(Aéroports de Lyon, Chambéry et Grenoble)



Grâce à leur situation stratégique, les aéroports de Chambéry, Grenoble et Lyon, gérés par VINCI Airports, sont la porte d'entrée des Alpes françaises, offrant les plus courts transferts vers les principales stations de ski. Des infrastructures et des équipes dédiées pour une expérience inoubliable pour les skieurs !

VINCI Aéroports

www.vinci-airports.com

Natacha MARTIN
Aéroports de Lyon
Responsable Pôle
Communication &
Promotion

Genève Aéroport

Porte d'entrée privilégiée des Alpes françaises, Genève Aéroport est relié par autocar (*information) et taxis aux principales stations du Mont-Blanc, des Aravis, des Portes du Soleil, du Grand-Massif et de Tarantaise. Outre des lignes aériennes régulières, low-cost et charters, de nombreux tour-opérateurs ont choisi notre aéroport pour sa qualité, ses prestations et sa politique tarifaire compétitive.

- Chiffre d'affaires de plus de CHF 450 millions, généré environ pour moitié par les activités aéronautiques et pour moitié par les recettes commerciales.
- Un projet de construction d'une Aile Est visant à moderniser les installations recevant les gros porteurs, dont la mise en service est prévue pour 2020.
- Trafic annuel de plus de 17 millions de passagers en 2017.
- Un réseau aérien de plus de 130 destinations en vol de ligne (dont des liaisons fréquentes sur le Moyen-Orient, l'Amérique du Nord et l'Asie) opérées par plus de 50 compagnies aériennes de ligne.
- Une zone de chalandise à cheval sur trois pays (Suisse, France et Italie), dotée d'une population de 6 millions d'habitants vivant à moins de deux heures de l'Aéroport.
- Un système de transport multimodal avec gare ferroviaire intégrée (170 trains par jour), bus de ville (7 lignes), accès au réseau autoroutier suisse et français et parkings de plus de 5 200 places.
- Un centre commercial de 100 boutiques et services, ouverts 7 jours sur 7.
- Plus de 11 000 postes de travail sur le site répartis au sein de 200 instances et sociétés distinctes.
- Proximité avec le centre de Genève situé à 5km de l'Aéroport.



www.gva.ch

Service communication :

M. Bertrand Staempfli
+41 22 717 70 13
bertrand.staempfli@gva.ch

(*) Information:
Visitor's Center
Charlène Baillieul
+41.22.732.02.30 pour
les appels depuis
l'étranger.
Tel. 0900.320.230 (CHF
1.50/min) pour les
appels depuis la
Suisse.
info@visitorscenter.ch

ATOUT FRANCE, L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA FRANCE

Avec près de 83 millions d'arrivées internationales en 2016, la France est la 1^{re} destination touristique mondiale. Une position qu'elle occupe maintenant depuis plus de 25 ans et qui représente une véritable opportunité pour l'économie française (2 millions d'emplois directs et indirects, 7,4% du PIB). Mais aujourd'hui, dans un contexte de tourisme mondial en plein essor, la destination doit encore gagner en attractivité afin d'attirer ces flux de nouveaux voyageurs, notamment en provenance des pays émergents.

Atout France, opérateur unique de l'État en matière de tourisme, œuvre en ce sens avec en ligne de mire l'objectif fixé par le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères : accueillir 100 millions de visiteurs en France en 2020.

MIEUX RÉPARTIR LES FLUX TOURISTIQUES

Afin de fluidifier les parcours de ces voyageurs et leur faire découvrir toute la diversité de l'offre touristique française, Atout France a bâti sa stratégie de promotion autour de 16 marques mondiales de destinations (Bordeaux, Mont-Blanc, La Champagne, Normandie, Provence, etc.). La notoriété internationale de chacune d'entre elles en fait de véritables « têtes d'affiche », capables de valoriser le large territoire auquel elles appartiennent. L'Agence encourage par ailleurs l'émergence de nouvelles destinations touristiques grâce au déploiement des Contrats de Destinations.

CONNAÎTRE LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES ET ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS FRANÇAIS

Connaître les attentes des visiteurs internationaux est essentiel afin de leur proposer ces destinations. Aussi, grâce à ses 33 bureaux dans le monde et à une collaboration étroite avec les Ambassades dans près de 70 pays, l'Agence dispose d'une connaissance pointue des différents marchés touristiques et des acteurs de la distribution.

Cette expertise lui permet par ailleurs de proposer aux professionnels français des outils de compréhension de la demande tels que des lettres de conjoncture par pays et par filière ou des études de marchés (Chine, Brésil, Russie, Asie du Sud-Est...), et de conduire des actions marketing et de promotion efficaces. Atout France accompagne ainsi près de 1 300 professionnels (entreprises et institutionnels du tourisme) dans leur développement à l'international.

DÉPLOYER UNE COMMUNICATION D'INFLUENCE ADAPTÉE À DES CIBLES MULTIPLES

Au total, plus de 2 800 opérations de promotion sont organisées à l'international chaque année. Adaptées aux spécificités de chaque pays, elles ciblent le grand public grâce notamment à une stratégie numérique forte (un site puissant, France.fr, 3 millions de fans sur les réseaux sociaux, 5,5 millions de contacts qualifiés dans le CRM) mais également par des campagnes de communication ou des éditions. Les équipes de Atout France mènent également des actions spécifiques auprès des professionnels du tourisme international (formations, salons, workshops, démarchages, etc.) ainsi que des journalistes et influenceurs (accueils de presse, soirées événementielles, présentations, etc.), prescripteurs puissants de la destination.

ACCOMPAGNER L'ADAPTATION DE L'OFFRE ET VEILLER À SA QUALITÉ

Pour stimuler l'offre touristique et accroître sa qualité, Atout France accompagne les territoires dans leur stratégie de développement et contribue au montage de projets d'investissement. L'Agence met ainsi à leur disposition une quinzaine de guides pratiques chaque année leur permettant de mieux valoriser leurs potentiels, d'optimiser leurs choix de gestion ou d'ajuster leurs processus de développement (ex : *Touristes indiens : comment bien les accueillir ?*, *Tourisme et création contemporaine*, *Tableau de bord des investissements touristiques*, etc.), études dont les conclusions alimentent régulièrement le débat public.

Plusieurs dispositifs contribuant à la qualité sont également pilotés par Atout France : classement des hébergements de tourisme (14 000 hôtels classés selon les nouveaux critères), immatriculation des opérateurs de voyages mais également promotion de labels comme « Vignobles & Découvertes » pour l'œnotourisme, ou encore la distinction Palace attribuée à 24 établissements en France.

Pour en savoir plus :

atout-france.fr ou france.fr





Atout France



79 - 81 rue de Clichy

75009 Paris



Tél.: + 33(0)1 42 96 70 00

Fax.: +33(0)1 42 96 70 11



www.atout-france.fr / www.france.fr