



#savoieumontblanc

9 octobre 2020

► Contacts presse

Christelle Lacombe
Nolwenn Bonno
06 21 96 57 27
01 44 86 04 62
presse@smbtourisme.com

► Repères

Savoie Mont Blanc
1^{ère} destination montagne
l'hiver en France

- 112 stations
- 1,4 million de lits
- 41,1 millions de nuitées
- 66 % de nuitées françaises

(hébergement marchand)
(source Observatoire SMB hiver 2018-2019)

1 M€ :

Montant global de la campagne toutes actions confondues, dont 500 000 € de budget additionnel exceptionnel voté le 2 octobre par le Conseil Savoie Mont Blanc afin de soutenir la relance de l'activité touristique.

► Baromètre - vague 1

(cliquer sur l'image)



⁽¹⁾ Terrain réalisé entre le 28 août et le 4 septembre (France*) et du 15 au 25 septembre 2020 (International)**)

www.savoie-mont-blanc.com

PERSPECTIVES SAISON HIVER 2020/2021

INTENTIONS DE VACANCES - PLAN DE COMMUNICATION EXCEPTIONNEL

Malgré les incertitudes, des signes encourageants

Alors que les incertitudes liées à la crise de la Covid-19 pèsent fortement sur la saison d'hiver, cruciale pour l'économie du territoire, Savoie Mont Blanc Tourisme a réitéré, à l'instar de l'été dernier, la commande d'un baromètre portant sur les **intentions de vacances cet hiver**.

Réalisé par les bureaux d'études G2A et Co-Managing auprès d'un panel de Français* et d'étrangers** prioritairement Britanniques, Belges et Néerlandais, ce baromètre inédit, amené à se pérenniser dans le temps afin d'assurer un suivi des intentions de départ et d'adapter les stratégies de promotion de la destination, comportera cette saison deux vagues d'enquête terrain ⁽¹⁾. Objectif : donner envie, rassurer et inciter les 4 indécis en moyenne sur 10 à réserver leur futur séjour à la montagne.

*Échantillon : 1066 personnes représentatif de la population française 18 ans et plus, selon âge, sexe, CSP

**Échantillons à l'international : 873 répondants britanniques, 815 belges, 890 néerlandais

Santé et contexte économique toujours au cœur des préoccupations

Si les Français sont davantage partis en vacances que les étrangers cet été (53 % d'entre eux contre 22 % pour les Britanniques) et que la gestion de la crise sanitaire sur leur lieu de séjour a été saluée à la quasi-unanimité, la préoccupation numéro 1 reste pour tous la santé qui, sur la période d'interrogation de la 1^{ère} vague du baromètre, arrive largement en tête des inquiétudes pour près de 9 répondants sur 10, talonnée par les préoccupations familiales ou environnementales. Le contexte économique suit en 3^{ème} position, excepté pour les Britanniques le pointant à la 2^{nde} place avec 84% d'entre eux le citant comme source d'inquiétude, probablement accentuée par la situation liée au Brexit.

Les Français plus confiants que les étrangers pour partir cet hiver

Si 3 Français sur 10 ne partiront pas cet hiver (proportions identiques aux intentions de départ avant la saison d'été qui s'est révélée être un bon cru sur le cœur de saison), les étrangers semblent plus frileux, la moitié déclarant forfait. Toutefois les 20 % de Français certains de prendre des vacances cet hiver se projettent majoritairement en France pour 76 % d'entre eux, dont la moitié en montagne, quand les étrangers sont davantage enclins à voyager hors de chez eux. Les sommets restent prisés des amateurs de neige étrangers constituant une réserve de clientèle potentielle mais en concurrence avec d'autres destinations notamment pour les Britanniques, sans que cela représente un changement notable, les habitudes de voyages restant sensiblement inchangées.

Convaincre les incertains

Face à l'attentisme, les efforts se concentrent désormais sur les 40 à 50 % d'incertains par pays : « L'hiver 2021 constitue plus que jamais un enjeu majeur pour les professionnels et nous devons parvenir à l'objectif double de voir transformer en réservations fermes les déclarations d'intentions des partants et faire basculer les indécis en levant les freins à partir et en incitant à choisir la montagne, destination refuge par excellence » analyse Claudie Blanc, Directrice générale de Savoie Mont Blanc Tourisme.



#savoieumontblanc

9 octobre 2020

(2) Dispositif de campagne

- **TV** (3 sem. du 02 au 22 novembre) : TF1, FR2, groupe M6, C8, BFM TV, CNews, la chaîne L'Équipe
- **TV digitale** (4 sem. en novembre) You Tube, 6 Play
- **Réseaux Sociaux** (5 mois de novembre à mars) campagnes Facebook + Instagram
- **Sites web : 3 dispositifs**
[Lastationquimeva.com](http://lastationquimeva.com)
[Ski M'arrange](#), séjours flexibles
Blog serviciel Infos Covid
- **Presse locale, régionale et nationale**



SAVOIE MONT BLANC

Coordination de campagne avec Savoie Mont Blanc Tourisme

- LEON Travel & Tourism
- WeLikeTravel
- Makuity
- Matt Charland

www.savoie-mont-blanc.com

Privilégier les messages rassurants sur les conditions sanitaires, l'accès aux réservations et facilités d'annulation, relayer des offres attractives et adaptées aux réservations de dernière minute pour répondre aux décisions tardives - différées à fin décembre pour la moitié des étrangers - sont autant de leviers activés dans le cadre d'un plan de promotion touristique ambitieux déployé par Savoie Mont Blanc Tourisme.

Donner envie, rassurer, inciter, triptyque d'une campagne de promotion inédite

« Si le plan de relance ne lâche rien sur les actions engagées auprès des marchés étrangers, la promotion touristique de l'automne porte ses efforts majoritairement sur le marché français, déployant un soutien massif en direction de cette cible prioritaire avec la double ambition de faire envie aux adeptes et de séduire ceux qui ne sont jamais venus » dévoile Christelle Ferrière, Directrice marketing de SMBT.

Au cœur du dispositif, la campagne TV et cross médias⁽²⁾ de grande envergure s'articule principalement autour d'une diffusion en nationale d'un film inspirant complétée de dispositifs digitaux puissants et d'un relai conséquent en presse magazine.

Savoie Mont Blanc Tourisme met également à disposition des moyens pour préparer son séjour en toute sérénité accessibles depuis la home de son site web : rassurer par l'intermédiaire d'un blog serviciel relayant des messages de confiance, et aider à la décision du lieu de séjour avec « lastationquimeva.com » accompagnant pas à pas vers le choix de sa destination.

Agilité et flexibilité, maîtres mots de l'hiver

En complément du soutien en mass media, des actions ciblées de stimulation des ventes en lien avec les principaux opérateurs touristiques inciteront à transformer les intentions de départ des familles, étudiants, résidents secondaires et excursionnistes en réservations fermes. L'opération Ski M'arrange, concept créé par Savoie Mont Blanc Tourisme l'hiver dernier proposant des séjours flexibles, courts, longs, s'adapte particulièrement au contexte actuel et aux fortes demandes de dernière minute. Elle verra sa notoriété renforcée à la faveur d'un soutien dédié (opération ventes privées, affichage sur les campus, campagnes digitales sponsorisées...) et une extension à l'étranger : après la Grande-Bretagne, la Belgique et les Pays-Bas proposeront des offres spécifiques avec les tours opérateurs partenaires de l'opération.

Accompagner les acteurs du territoire

Ce baromètre, qui fera l'objet d'une seconde vague d'enquête terrain fin novembre afin de mesurer l'évolution de l'opinion, constitue pour Savoie Mont Blanc Tourisme une boussole permettant d'orienter la stratégie et d'activer les marchés les plus réceptifs en livrant le bon contenu, à la bonne cible, au bon moment. Adopter une posture de service en partageant ses enseignements lors de restitutions auprès des acteurs du territoire assure la cohérence des actions collectives et des messages délivrés.

=> Restitution de la vague 2 début décembre 2020