



#savoieumontblanc

23 mars 2020

► Contacts presse

Muriel Della Mea
Christelle Lacombe
04 50 51 56 47
06 88 73 90 04
presse@smbtourisme.com

► Repères :

La destination Savoie Mont Blanc, c'est :

112 stations de Savoie et Haute-Savoie

1,4 million de lits touristiques

41,1 millions de nuitées l'hiver

Un poids lourd de l'économie touristique française

Après Paris, Savoie Mont Blanc est la 2^e destination en nombre d'emplois touristiques (56 707) et en termes d'investissements touristiques (945 millions € HT).

Sur la base d'un calcul arrêté à la fin des vacances scolaires d'hiver, le taux de remplissage moyen dans les hébergements marchands s'établit à 79 % pour l'ensemble de la saison réalisée, soit un niveau équivalent à date à l'an passé.

www.savoie-mont-blanc.com

COVID-19

Un manque à gagner estimé à plus de 800 millions d'euros de dépenses touristiques en Savoie Mont Blanc

Après la fermeture anticipée des stations le week-end du 14/15 mars, consécutif au déclenchement du stade 3 de l'épidémie du coronavirus, et après une mobilisation exceptionnelle de l'ensemble des acteurs concernés pour prendre en charge les nombreux vacanciers en séjour, l'Observatoire Savoie Mont Blanc dresse un premier bilan de cette fin de saison brutalement écourtée. À la fois relais auprès des institutions et opérateur du suivi de conjoncture mis en place, Savoie Mont Blanc Tourisme confirme son engagement aux côtés des acteurs du tourisme pendant cette période difficile. En attendant l'opportunité de relancer la demande avec de puissantes campagnes de communication, une fois cette crise sanitaire sans précédent maîtrisée grâce à la solidarité de tous.

10 millions de nuitées perdues* (tous hébergements confondus)

Avec un calendrier de réservations amputé de près de 6 semaines selon les stations, les pertes de nuitées sont estimées à 800 000 dans l'hôtellerie, soit 23 % du volume de la saison. Sans surprise, les résidences de tourisme – mode d'hébergement privilégié - payent un très lourd tribut avec une perte de 2 millions de nuitées (28 % du volume de la saison). Autre catégorie d'hébergement très fortement impactée, les hébergements collectifs (centres de vacances, villages vacances...) qui voient leur saison diminuée d'un tiers, avec une perte estimée à 1 million de nuitées. Les Gîtes de France commercialisés en centrale de réservation accusent, pour leur part, un déficit de 53 000 nuitées, correspondant au quart de leur activité hivernale.

(*) Source : Observatoire Savoie Mont Blanc, sur la base comparative de la moyenne des 3 dernières saisons d'hiver

De lourdes conséquences économiques et des incertitudes

À l'échelle de Savoie Mont Blanc, Domaines skiables de France (DSF) estiment à 6 millions le nombre de journées-skieurs non réalisées, équivalent à une perte de CA de l'ordre de 15 % en moyenne (20 % pour les stations d'altitude). Une fourchette identique pour l'École du ski français (ESF) qui s'appuie sur plus de 10 000 moniteurs déployés sur les 112 stations de Savoie et Haute-Savoie. Côté équipement, l'Union Sport et Cycle annonce des pertes de 15 % de CA pour les magasins de sports. Sur la base d'une projection effectuée à partir de l'étude de référence du cabinet Contours** ayant estimé le montant des dépenses effectuées en stations sur une saison, l'Observatoire Savoie Mont Blanc évalue à plus de 800 millions d'euros le manque à gagner sur l'hiver 2019/2020.

(**) Source : DSF-RAT – SMBT – Etude Contours – hiver 2011/2012



#savoieumontblanc

23 mars 2020

► Contacts presse

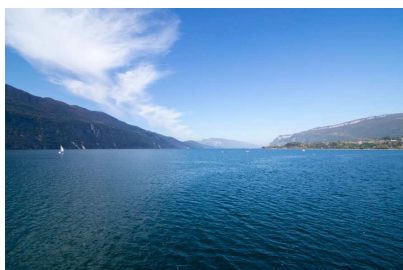
Muriel Della Mea
Christelle Lacombe
04 50 51 56 47
06 88 73 90 04
presse@smbtourisme.com

► Repères :

3 millions de visiteurs uniques pour le site web en 2019. Chute de 60 % de la fréquentation depuis le 16 mars.

1,12 million de fans Facebook

117 000 abonnés Instagram



www.savoie-mont-blanc.com

En plus des pertes d'exploitation considérables constatées à date pour l'ensemble des professionnels de la montagne, l'inquiétude est de mise sur l'accompagnement économique post-fermeture. « *Si des mesures gouvernementales fortes ont été annoncées (report des échéances de prêts, des charges fiscales et sociales, des loyers dus, etc...), il ne s'agit là que d'un simple report face à un chiffre d'affaires immanquablement perdu et non reportable* » explique Bruno Clément, directeur général adjoint de MMV, 2^e opérateur des vacances-club à la montagne. Parmi les seules dispositions capables selon lui, de redonner du souffle à une trésorerie exsangue, « *le report en fin de contrat des prêts du montant des remboursements d'emprunt d'une année, l'annulation d'une partie des loyers de l'année ou plus significatif encore, la prise en charge en perte d'exploitation par les assureurs, en particulier au titre de la déclaration de situation de catastrophe sanitaire* ».

Savoie Mont Blanc Tourisme pleinement mobilisée

En lien étroit avec les professionnels (OT, prestataires, partenaires, TO et distributeurs français et étrangers...) à qui l'équipe de SMBT a pu apporter soutien et expertise dès le début de la crise du coronavirus, celle-ci va démarrer dès ce début de semaine un nouveau mode de communication, s'appuyant sur une communauté forte de plusieurs millions de fans et d'internautes pour entretenir le lien. « *Dans cette période à la fois inédite et si particulière qu'impose le confinement, nous allons faire fi de la promotion pour aller sur un tout autre registre, celui de l'entertainment* » indique Claudie Blanc Eberhart, Directrice générale de Savoie Mont Blanc Tourisme. Les différents réseaux sociaux joueront à plein cette carte en proposant des recettes de cuisine de montagne, des questions-réponses interactives, des jeux originaux mais aussi des panoramas et lieux d'exception... « *Pour continuer de rêver un peu en attendant des jours meilleurs* ». De superbes campagnes de communication sur la destination sont en préparation : les lacs, l'outdoor, le vélo et la rando... Pour relancer la demande et soutenir la reprise d'activités quand ce sera opportun.

Vers la reprise

Enfin, l'Observatoire Savoie Mont Blanc accompagnera les professionnels dans la phase cruciale de reprise, en réalisant une enquête de conjoncture mesurant les intentions de départ et un suivi prévisionnel de l'état des réservations. Une enquête clients prospective sera lancée pour identifier si de nouvelles attentes émergent en termes d'offres.