



© Villecour Paul Outdoor-reporter.com

#savoieumontblanc

8 AVRIL 2019

## ▷ Contacts presse

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

## ▷ Repères

**15 %** : la part des partants que représentent les 18-30 ans en France. Avec 14 % des partants l'été, Savoie Mont Blanc est en deçà de la moyenne nationale

**360°** : l'angle de vision de l'approche méthodologique de l'étude :

30 entretiens individuels avec des 18-30 ans à Paris, Lyon, Le Mans et en Savoie Mont Blanc.

1 000 jeunes de 18-25 ans interrogés via le chatbot Jam.

Enquête sur la base clients UCPA. Analyses des posts et conversations sur les réseaux sociaux.

Veille en France et à l'international. Recherche secondaire : études sur l'outdoor, la montagne l'été, les jeunes...

## ÉTUDE

### « L'outdoor, un imaginaire de choix pour attirer les 18-30 ans à la montagne ? »

*Conscient de l'enjeu crucial du renouvellement de la clientèle et du potentiel que constitue les 18-30 ans, Savoie Mont Blanc Tourisme a confié à l'agence Poprock une étude inédite, réalisée en partenariat avec l'UCPA. Objectifs : faire émerger les projections associées par cette tranche d'âge à la montagne hors neige et s'interroger sur les opportunités de faire de l'outdoor un imaginaire de choix pour la destination. Les premiers résultats ont été dévoilés ce lundi 8 avril à Chambéry.*

#### Une méthodologie exploratoire en phase avec la cible observée

Comment aborder la promotion de la montagne et faut-il parler de l'été ou plus globalement du hors-neige ? Comment mieux attirer les jeunes générations et avec quel imaginaire ? l'outdoor est-il source d'inspiration ? Autant de questions auxquelles s'est attachée à répondre l'étude confiée à l'agence Poprock. Sur une durée de 3 mois, l'étude s'est appuyée sur une méthodologie inédite, en prise directe avec les usages des 18-30 ans, à l'instar des conversations avec un panel de plus de 1 000 jeunes via le chatbot @jam et des milliers de posts de réseaux sociaux analysés par l'outil de veille @radarly, sans oublier l'interrogation de la communauté UCPA.

#### De mai à octobre : un potentiel d'attractivité

Sur la base du panel @Jam, 19 % déclarent aller à la montagne au printemps ou l'été « tous les ans ». 37 % indiquent y être déjà allés « 2-3 fois » dans leur vie, et 2 % ont « prévu » de s'y rendre. Des chiffres qui confirment un gisement de développement salubre pour le renouvellement des clientèles à une période clé où aujourd'hui 47 % des estivants en Savoie Mont Blanc sont âgés de plus de 50 ans.

#### Les paysages au centre de l'imaginaire montagne

L'image faisant le plus penser à la montagne est très largement liée aux « paysages » cités par 37 % des répondants @Jam. Les randonnées figurent au 2<sup>e</sup> rang (16 %), suivies par le chalet d'altitude et les lacs & rivières, ex-aequo avec 13 % des suffrages.



©Meribel-Sylvain Aymoz

#savoieumontblanc

8 AVRIL 2019

## ▷ Contacts presse

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

## ▷ Repères

**18 %** : la part des membres de la communauté UCPA ayant répondu à l'enquête et déclarant pratiquer le trail

**25 avril 16 h :** présentation complète des résultats de l'étude et des recommandations à l'occasion de Digital Mountain (Chambéry)



111 stations, 4 grands lacs  
1 Parc national et 2 Parcs naturels régionaux  
22 millions de nuitées estivales  
1,1 million de lits touristiques  
[www.savoie-mont-blanc.com](http://www.savoie-mont-blanc.com)

### Une vision binaire de la montagne et des cadres de référence renouvelés

Testé au cours des entretiens qualitatifs, l'imaginaire projeté de la montagne est, à l'image des adultes plus âgés, normé par les saisons. Entre les 2 versants « Hiver/Blanc/Ski » et « Été/Vert/Rando », l'univers de la montagne est quasiment inexistant, pénalisé par des modèles de communication construits par les acteurs de la montagne majoritairement sur la double notion de saisons et de vacances, notions dans lesquelles les 18-30 ans ne se reconnaissent pas, privilégiant le mode du « tout, tout le temps et partout » et parlant de « trip, sortie, break, expérience » plutôt que de « vacances ».

### De la rando à l'aventure, il n'y a qu'un pas pour les 18-30 ans

Si la randonnée figure en N°1 des activités citées par les répondants de l'enquête UCPA (55%), elle est rarement évoquée dans son acception classique au cours des entretiens qualis. Elle fait en revanche immédiatement sens dès lors qu'elle est associée aux univers d'aventure et de nature et à tous les imaginaires qu'ils véhiculent : bivouac, feu de camp, pique-nique, trip, trail, dépassement de soi... Dans cet esprit, l'image du baroudeur à la recherche d'aventure fait vibrer les 18-30 ans, particulièrement chez les garçons. Quant aux filles, elles répondent plus positivement à l'idéal d'une nature préservée.

### Pratiques fantasmées vs activités pratiquées

À l'exception du ski qui fait le parallèle exact en se positionnant en 1<sup>re</sup> place des activités les plus cools (87 %) et de sa pratique réelle (64 %), d'autres activités sont avant tout vues comme inspirantes. Au sein de la communauté UCPA, c'est le cas du canoë-kayak (au 2<sup>e</sup> rang des activités cools mais au 9<sup>e</sup> rang seulement des activités pratiquées, idem pour le canyoning, respectivement 4<sup>e</sup> et 15<sup>e</sup>).

### Et maintenant ? Imaginer un lifestyle Montagne

« Au même titre qu'existe un lifestyle autour du surf, l'ambition de Savoie Mont Blanc Tourisme sera de s'appuyer sur ces premiers résultats d'études pour calquer un lifestyle Montagne, un - mode de vivre -, à notre environnement » explique son Co-président, Vincent Rolland. Des images, des codes, des références, un ton... pour inspirer les 18-30 ans en affinité avec la destination quelle que soit la saison. « Dès cet été, nous allons mettre en scène dans nos actions de marketing communication ce lifestyle, comme le rêve les 18 - 30 ans. » précise Claudie Blanc, directrice déléguée de Savoie Mont Blanc Tourisme.