



#savoieumontblanc

29 mars 2021

► Contacts presse

Muriel Della Mea
Christelle Lacombe
06 88 73 90 04
06 21 96 57 27
presse@smbtourisme.com

► Repères :

Baromètre de L'Agence Savoie Mont Blanc / Contours Vague 1
- Terrain du 15 au 19 mars 2021
- 1 421 répondants représentatifs de la population française

► À propos :

CONTOURS est un cabinet d'études et de conseil spécialisé dans le secteur du tourisme, des loisirs et de la culture.

L'Agence Savoie Mont Blanc a intégré son portefeuille clients, aux côtés de grands opérateurs touristiques tels que qu' Odalys, l'OT Vallée de Chamonix Mont Blanc, VEEPEE, Azureva, Pierre & Vacances resorts...

L'Agence Savoie Mont Blanc est l'organisme de promotion bi-départemental au service du rayonnement de la Savoie et la Haute-Savoie



www.savoie-mont-blanc.com

Baromètre « Les projets des Français pour leurs vacances d'été »

Une envie de vacances pressante mais encore hésitante

Organe territorial de promotion touristique représentant la Savoie et la Haute-Savoie, L'Agence Savoie Mont Blanc a confié au cabinet d'études Contours, la réalisation d'un baromètre visant à sonder la manière dont se projettent les Français pour la période estivale. Les résultats de la première vague indiquent que 3 Français sur 10 partiront de manière sûre mais 5 sur 10 sont encore indécis, en dépit du fait qu'ils soient près de 40 % à placer comme priorité du moment la préparation de leurs prochaines vacances. Si la situation sanitaire demeure encore incertaine à horizon des 3 prochains mois, la montagne démontre sa résilience quels que soient les scénarios, les atouts naturels répondent aux aspirations exprimées lors de l'enquête.

Les partants se projettent majoritairement en France

Parmi les 3 Français sur 10 sûrs de partir, 13 % seulement font le choix de l'étranger, quand 16 % resteront soit au sein de leur département (3 %) soit de leur région (13 %), le reste se répartissant dans d'autres régions, prioritairement sur le littoral (59 %) puis à la campagne (26 %). La montagne arrive en 3^e position avec 10 % des intentions. Sans surprise dans le contexte, le tourisme urbain ne séduit que 5 % du panel.

Hors vacances scolaires pour 1 partant sur 5

Si les traditionnels chassés-croisés entre juilletistes et aoûtistes, avec un pic 15 juillet/15 août concentrant 52 % des séjours, restent cochés sur le calendrier, les mois de juin et septembre parviennent à convaincre 1 partant sur 5, avec respectivement 14 % et 7 %. En termes de durée, les séjours dépassant les 9 jours et + sont privilégiés par 63 % des vacanciers, versus des courts-séjours de 4 à 6 nuits séduisant à hauteur de 23 %.

Rando, pédalo, repos... et restos

Parmi les activités que les partants en montagne vont privilégier cet été, les balades/randos sont citées par 53 %, suivies de l'activité baignade par 40 %. Le repos et la contemplation complètent le podium avec 34 % des citations. Côté consommation et projection par rapport aux restaurants, 67 % les fréquenteront comme d'habitude pendant leurs vacances, mais 15 % projettent de s'y attabler plus souvent qu'à l'accoutumée, soit un effet de rattrapage après de longs mois de fermeture. À noter que plus de 9 Français sur 10 privilégieront à la carte les produits locaux, signe là encore d'une tendance de fond en faveur des circuits courts et de l'intérêt porté à l'identité culinaire du lieu de villégiature.



#savoieumontblanc

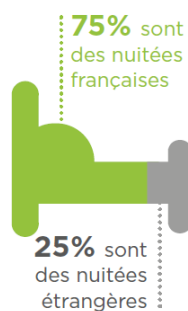
29 mars 2021

► Contacts presse

Muriel Della Mea
Christelle Lacombe
06 88 73 90 04
06 21 96 57 27
presse@smbtourisme.com

► Repères :

22 millions de nuitées réalisées en moyenne entre juin et septembre



Source : Observatoire de l'Agence Savoie Mont Blanc (année 2019)



www.savoie-mont-blanc.com

©Istock
©Savoie Mont Blanc – Buisse
©SMB – Machet ©SMB – M. Dalmasso

Les intentions des indécis strictement liées au contexte COVID

Parmi les 5 Français sur 10 indécis sur leurs projets, la moitié d'entre eux se décideront moins d'un mois à l'avance et 18 % en toute dernière minute. Dans le cas d'un scénario où la propagation est maîtrisée et les voyages internationaux autorisés, 98 % partiraient certainement, dont 26 % à l'étranger. À l'inverse si la propagation reste soutenue et les possibilités de voyage concentrées sur la France, les intentions de départ chutent à 80 % mais sont très favorables à la destination Montagne qui gagnerait alors 6 points et aux territoires d'Auvergne Rhône-Alpes qui remonterait en TOP 2 des régions, en talonnant PACA.

Des non-partants craintifs et sensibles à l'annulation à J-1

Les non-partants, représentant 2 français sur 10, l'expliquent par leur situation financière (43 %), la crainte d'une nouvelle vague (30 %) et le fait de ne pas être vacciné (18 %).

Quand on interroge les indécis* sur les conditions commerciales des séjours, l'annulation sans frais à J-1 remporte les suffrages en étant jugée « très convaincante » pour 49 %. « Cette projection renforce notre volonté de fédérer les opérateurs – tours opérateurs, distributeurs, hébergeurs- autour d'offres extrêmement flexibles regroupées sous un concept commun de séjours « **Montagne, mon tempo** » qui sera lancé mi-avril » explique Véronique Halbout, responsable Développement commercial de L'Agence Savoie Mont Blanc.

*Indécis qui ne partiraient pas cet été si les conditions sanitaires restent difficiles

Un baromètre boussole pour le pilotage de la relance touristique

Avec une deuxième vague intégrant les touristes internationaux d'ici au début de l'été, le baromètre commandité par L'Agence Savoie Mont Blanc, fera l'objet de restitutions partagées avec l'ensemble des socio-professionnels du territoire, les aidant ainsi à se projeter au mieux dans la saison et à construire les offres et activités les plus adéquates. **La prochaine session est programmée le mardi 30 mars à 15 h en visioconférence** (inscription par mail : observatoire@agencesmb.com).

Un ambitieux plan d'actions déployé par l'Agence Savoie Mont Blanc

L'Agence Savoie Mont Blanc se donne pour ambition de conforter la présence à l'esprit de la montagne, en faisant le choix d'investir dans une campagne TV collective avec France Montagnes. Une campagne digitale spécifique Savoie Mont Blanc se déploiera dans un dispositif puissant sur YouTube et les réseaux sociaux. L'international fera également l'objet d'investissements, avec une campagne de notoriété et de conversion avec abondement d'Atout France sur les marchés prioritaires de la destination, dès lors que les ressortissants britanniques, belges et néerlandais pourront à nouveau voyager aisément vers la France. « Au total, ce sont 2 millions d'euros que nous investissons pour une relance offensive de l'activité touristique en Savoie Mont Blanc pour cet été et le prochain hiver, après 3 saisons successives profondément impactées par une crise sans précédent » indique Michaël Ruyschaert, Directeur Général de L'Agence Savoie Mont Blanc.