

## La montagne voit plus loin que le bout de ses skis

Par Catalina Cueto — Le Oct 1, 2018

DISTRIBUTION



Partir en vacances à la montagne répond désormais aux nouvelles tendances de la consommation touristique.

14 Facebook 14 Twitter LinkedIn

Pendant longtemps la montagne était synonyme de ski. Désormais, les loisirs et l'hébergement en montagne évoluent pour répondre aux nouvelles attentes de vacanciers.

Comment la montagne se transforme face aux nouvelles attentes des vacanciers ? C'était le thème de la conférence organisée sur le salon IFTM-Top Resa, jeudi dernier. Les pros réunis pour l'occasion ont reconnu que montagne devenait de plus en plus une destination de vacances, et que la notion de ski « pur et dur » s'estompait.

Partir en vacances à la montagne répond désormais aux nouvelles tendances de consommation touristique : pratiquer des multi-activités outdoor, se couper du quotidien, se reconnecter avec ses proches, partager des aventures accessibles dans un paysage « instagramable ».

En lançant des pass d'été multi-activités à l'attention des enfants, la station des Arcs a enregistré une hausse de 50% de son chiffre d'affaires en trois ans. « Ce pass Hero est repris chez les tour-opérateurs, a témoigné Marion Grognet, directrice marketing. Du coup, nous réfléchissons à créer des pass pour les 3-6 ans, les 15-25 ans, les seniors et pour l'hiver, après le ski ».

### Offres festives

#### Sur le même sujet

[La start-up MyAtlas devient une agence de voyages](#)

Nov 20, 2018

[Distribution : Sinorama Voyages en redressement judiciaire](#)

Nov 19, 2018

[Le Cediv profite de ses formations pour inaugurer ses...](#)

Nov 19, 2018



En outre, selon Thomas Saison, directeur marketing de La Plagne, « on assiste à une ludification des stations de ski, qui proposent des offres festives, comme dans une ville européenne ou de bord de mer ». Dernier exemple en date : le grand festival de musique électronique Tomorrowland se tiendra en mars 2019 à l'Alpe d'Huez. « Nous nous rattachons à de grands événements qui rythment la saison », confirme Bruno Mounier, le nouveau directeur commercial de Locatour. Il évoque la Féria des cimes aux Sybelles, la grande odyssée de Savoie Mont Blanc, la Subli'cime à La Plagne...

Côté hébergement, ça bouge aussi. La formule tout-inclus s'étend. « Nous voulons démocratiser la neige et apporter une expérience tout inclus, déclare Ludovic Esteves, directeur des

ventes indirectes de Belambra. Nous proposerons bientôt 15 hôtels clubs, dont 13 seront ouverts l'été. 65% de nos clients se déclarent déjà très satisfaits de l'offre multi-activités. Les stations nous ont beaucoup aidé en structurant leur offre ».

### Plus simple à vendre en agences

Quid des ventes en agences ? « Les vacances à la montagne sont beaucoup moins compliquées à vendre qu'avant, estime Thomas Saison, grâce notamment aux clubs tout inclus, et aux solutions de réservation automatisées comme Orchestra ». Il souligne : « Les Alpes françaises sont mondialement connues et constituent un véritable avantage concurrentiel, avec une grande qualité des infrastructures. Il y a beaucoup plus de concurrence entre les pays du bassin méditerranéen ! ».

Chez Locatour, les ventes via les agences représentent à ce jour 20% de l'activité, et, selon Bruno Mounier, « devraient doubler à moyen terme ». Pour atteindre cet objectif, le TO va renforcer la formation des agents de voyages, via des workshops, des sessions sur le web et en vidéo.