

Publié le 11 décembre 2008

Les sports d'hiver, une économie contrastée

Malgré un pouvoir d'achat en berne, l'enneigement exceptionnel qui touche tant le massif alpin que les Pyrénées préfigure une bonne saison pour les stations de ski. De la grande station savoyarde de Tignes à la station de village de la vallée du Queyras les stratégies des Sem diffèrent.



Trois zones géographiques différentes, trois activités différentes, trois stratégies différentes. Un seul point commun entre les Sem [Tignes Développement](#), [Guiltour](#) et [Aragnouet Engaly](#), l'enneigement qui atteint des sommets en ce début de saison 2008-2009.

La Sem gestionnaire de la station de Tignes, l'une des stations des Alpes les plus prisées avec 1,7 million de journées skieurs, est une machine bien huilée. Malgré une légère baisse d'activité depuis l'an dernier, l'opérateur reste sur une hausse globale de fréquentation de 9 % depuis 2005. La société a su tirer parti de la situation isolée de la station pour fidéliser une clientèle sur le créneau des séjours longs (83 % des séjours enregistrés sont supérieurs à sept jours), notamment grâce à un important travail de commercialisation à l'échelle européenne. Résultat : la station affiche un taux de remplissage moyen de 78 %, avec une clientèle composée à 54 % d'étrangers.

Les stations du Sud travaillent avec une clientèle plus locale. Les Pyrénées qui souffraient depuis deux ans d'un enneigement très irrégulier bénéficient cette année de conditions exceptionnelles. « Nous n'avons pas eu d'enneigement de ce type depuis près de 20 ans ! », s'exclame Blandine Vernardet, directrice générale de la centrale de réservation qui gère les 4 000 lits de la station de Piau-Engaly. Située à la frontière franco-espagnole dans les Hautes-Pyrénées, sa clientèle est issue à 20 % des Régions Midi-Pyrénées et Aquitaine et à 15 % de l'Espagne voisine. L'hébergement se résumant à du locatif privé, les séjours ne représentent que 10 % de l'activité de la station. Pour pallier une fréquentation en dents-de-scie, la station parie sur la construction immobilière.

Autre contexte, autre stratégie, la centrale de réservation Guiltour, gestionnaire des hébergements des stations de Vars, de Risoul et de la vallée du Queyras compte sur la diversité de son offre pour s'assurer une fréquentation constante. À cheval entre ski classique et séjour nature, Guiltour annonce de ce fait, et malgré l'absence de grande liaison autoroutière ou ferroviaire, un volume d'affaires prévisionnel en hausse de 6 % pour la saison à venir. Sa clientèle est aux deux tiers française, mais privilégie largement les séjours à la semaine. « Nous réalisons 60 % de notre chiffre d'affaires annuel en dehors des périodes de grande fréquentation, et 40 % hors des périodes de vacances scolaires », avance Jean-Claude Messori, directeur de la Sem.