

Publié le 10 décembre 2008

## L'Europe vient skier à Tignes

Malgré la crise, la station de Tignes reste sur une hausse globale de fréquentation de 9 % depuis 2005. Une réussite bâtie sur un important travail de commercialisation à l'échelle européenne.



Avec 2,1 millions de nuitées et 1,7 million de journées skieurs, et plus de 400 000 séjours touristiques pour un chiffre d'affaires annuel d'environ 300 millions d'euros, Tignes est l'une des destinations les plus prisées des Alpes du Nord. Alors que la saison de sports d'hiver démarre en pleine panique économique, la neige reste au rendez-vous, et la clientèle aussi !

Malgré une prévision de baisse des réservations autour de 3,5 %, il convient de relativiser, par rapport à l'affluence record de l'an dernier. En effet, les hébergeurs de la station ont déjà enregistré au 1er décembre pas moins de 70 % de leurs réservations pour la saison. « Même si nous sommes en recul, nous restons sur un bilan positif sur les 3 dernières années avec + 9 % sur le long terme », rappelle Sébastien Mérignargues, directeur de la Sem [Tignes Développement](#) qui gère la station.

Si l'activité touristique des Alpes du Nord dépend largement du calendrier scolaire français, elle est également sensible à celui de nos voisins européens. Particulièrement à Tignes où la clientèle est composée à 54 % d'étrangers. Or cette année, les périodes de vacances des principaux pays représentés coïncident plus que les années précédentes. « Nous allons être confrontés à des périodes de surfréquentation, et à l'inverse, à des périodes creuses, ce qui est globalement moins favorable », indique Sébastien Mérignargues.

La principale réussite de la station est d'avoir su « lisser » sa fréquentation, avec un taux de remplissage moyen de 78 %. « Notre travail de commercialisation à l'échelle européenne nous place dans une situation de relative stabilité », avance Sébastien Mérignargues.

Tignes peut compter sur une clientèle fidèle qui vient avant tout pour sa situation particulière. Comme l'explique son directeur, « Étant au bout du monde, nous avons 83 % de séjours d'une durée égale ou supérieure à 7 nuits ». Les week-ends ne représentent en effet que 3 % des séjours, et les journées à peine 1 %. « La bataille des prix pour le ski à la journée, visant à drainer les habitants des centres-villes n'est pas la notre », ajoute Sébastien Mérignargues.