



Communiqué de presse
Paris, le 2 septembre 2021

ETE 2021 : UNE FREQUENTATION SATISFAISANTE POUR LES STATIONS DE MONTAGNE

Malgré une météo en demi-teinte, les stations de montagne ont enregistré un bilan globalement positif cet été. Cependant, de fortes disparités sont constatées selon les massifs et les stations, les plus petites et celles de moyenne montagne tirant davantage leur épingle du jeu.

UN TAUX D'OCCUPATION EN HAUSSE DE PLUS DE 7% SUR LA PERIODE, LES PYRENEES EN CHEF DE FILE

- Par rapport à 2020, le taux d'occupation a **progressé de 7,3%** sur l'ensemble de la période estivale ;
- Il **s'établit en moyenne à 56,5%** et grimpe jusqu'à **80,2%** sur la semaine du 7 au 14 août ;
- En terme de fréquentation, **les Pyrénées boostent la moyenne (+20,9%)**, portées par la relance du thermalisme. Les Alpes du Nord (+5,4%) et les Alpes du Sud (+4,6%) enregistrent une hausse du même ordre ;
- Les **taux d'occupation sont globalement équilibrés entre les différents massifs** : 59,2% pour les Pyrénées, 56,7% pour les Alpes du Nord et 53,3 % pour les Alpes du Sud ;
- Les petites stations et celles de moyenne montagne séduisent davantage que les grandes stations d'altitude :
 - **+7,3% de fréquentation pour les stations de 620 à 1250m d'altitude** (58,2% d'occupation) et **+5,1% pour les stations de 1300 à 1650 m** (56% d'occupation).
 - Les **stations de moins de 5 000 lits enregistrent une hausse de +13,3%** (60,1% d'occupation) et celle de 5000 à 10000 lits de + 8,3% (55,1% d'occupation).

Entre 2019 et 2021, le taux d'occupation pour la saison estivale a ainsi augmenté de 10,5% dans les stations de montagne, malgré la pandémie.

« Après un début de saison particulièrement prometteur, les réservations ont marqué le pas, en raison de la météo et de l'instauration du pass sanitaire en cours d'été. Les Français ont cependant répondu présent et ont confirmé leur engouement pour la montagne. Depuis 2 ans, la fréquentation de nos territoires est en hausse constante grâce aux efforts fournis par les stations pour être plus attractifs et proposer des activités qui séduisent tous les publics », analyse Jean-Luc Boch, Président de l'ANMSM.

Source : données issues de la plateforme ANMSM d'analyse de la fréquentation conçue par G2A sur un panel de plus de 400000 lits représentatifs du marché de la montagne.

Contact presse :

Stéphanie Kanoui (agence The Desk) 06.11. 66. 00 50/ stephanie@agencethedesk.com