



GHR

**GROUPEMENT DES HOTELLERIES
& RESTAURATIONS DE FRANCE**

GHR / COMPTE RENDU DE LA 3EME ÉDITION
NOUVEAUX SOMMETS / VAL D'ISÈRE

Tourisme de montagne : entre résilience économique, mutations structurelles et nouveaux relais de croissance

Le tourisme confirme son rôle stratégique dans l'économie française et alpine, tout en faisant face à des mutations profondes. Représentant 8 % du PIB en Auvergne-Rhône-Alpes et générant 222 milliards d'euros de recettes au niveau national, le secteur demeure un pilier économique majeur, avec 2 millions d'emplois directs et une position de leader mondial grâce aux 102 millions de visiteurs accueillis chaque année.

❖ Une saison hivernale contrastée mais résiliente

Malgré un frein sur les vacances d'hiver et une baisse de 4 % des nuitées françaises, la dynamique des stations reste positive. Le taux d'occupation atteint 66,8 %, en progression sur un an, tandis que la clientèle internationale se maintient, confirmant son rôle stabilisateur.

Le secteur hôtelier affiche une croissance modérée (+0,7 %), mais plus marquée en taux d'occupation (+4,7 %). La restauration présente un visage contrasté :

- Hausse de la restauration en montagne, portée par la fréquentation touristique
- Difficultés persistantes pour la restauration traditionnelle en France
- Croissance continue du segment haut de gamme
- Forte progression de la vente à emporter (+12,25 %)

❖ Internationalisation et recomposition des clientèles

Les marchés internationaux évoluent rapidement. Les Alpes françaises attirent désormais des clientèles lointaines en forte croissance :

- 30 000 clients brésiliens dans les Alpes françaises (dont 23 000 en janvier, contre aucun il y a 20 ans)
- Progression marquée des clientèles nord-américaines (+22 % de Canadiens)
- Montée en puissance du Moyen-Orient dans certaines destinations.



Dans des stations comme Megève, la clientèle étrangère dépasse désormais 60 %, avec une diversification accrue des marchés.

Cette évolution s'inscrit dans un contexte de concurrence mondiale accrue : les destinations de montagne françaises ne se comparent plus uniquement entre elles, mais avec des resorts internationaux, des destinations soleil ou encore des métropoles ultra-connectées. Le terrain de jeu est désormais mondial.

❖ **Accessibilité et infrastructures : des leviers clés**

L'accessibilité reste un facteur déterminant. L'aéroport de Lyon s'impose comme une porte d'entrée stratégique avec :

- 400 000 skieurs accueillis
- 140 destinations directes
- Des projets structurants, dont une liaison quotidienne vers New York et un développement vers Shanghai

Un investissement de 85 millions d'euros permettra la création d'un terminal dédié à la montagne, intégrant des services adaptés aux clientèles internationales.

❖ **Vers un nouveau modèle économique de la montagne**

Le modèle traditionnel du « tout ski » évolue. Si l'hiver représente encore 70 % du chiffre d'affaires de nombreuses stations, la montagne amorce une transformation vers une destination à l'année.

Un constat fort émerge désormais : la demande liée au bien-être et à l'expérience devance pour la première fois la seule pratique du ski dans les attentes exprimées par les clients. Le ski reste un moteur essentiel et demeure la première raison de venir en station, mais il n'est plus l'unique centre de gravité de l'offre touristique.

Près d'un client sur trois en station ne skie pas aujourd'hui, tandis que le tourisme expérientiel et les offres liées au bien-être progressent de 7 à 10 % par an. Cette mutation se traduit par :

- Une forte croissance de la fréquentation estivale (+40 % sur certaines destinations)
- Le développement des activités outdoor, du bien-être, de la gastronomie et des expériences culturelles
- L'essor du tourisme de savoir-faire et des séjours immersifs
- Une digitalisation massive des usages, avec plus de 70 % des réservations désormais réalisées en ligne

Les nouvelles générations privilégient des séjours plus courts mais plus expérientiels, mêlant travail à distance et loisirs, dans une logique de « destination de vie ».



Cette transformation traduit un basculement plus profond du modèle économique de la montagne : passer d'une logique de volume à une logique de valeur, en assumant pleinement la dimension expérientielle des destinations.

❖ **Des enjeux structurels majeurs**

Le secteur fait face à plusieurs défis structurants :

1. Logement et emploi saisonnier

- Jusqu'à 70 % de résidences secondaires dans certaines stations, générant des « lits tièdes »
- Pénurie de logements pour les saisonniers
- Nécessité de nouveaux statuts, comme le CDI intermittent saisonnier

2. Pression immobilière

- Prix atteignant 19 000 €/m² dans certaines stations
- Perte de logements dédiés aux travailleurs

3. Transition énergétique et environnementale

- Attentes croissantes en matière de tourisme durable (70 % des clientèles internationales)
- Développement des mobilités, de l'efficacité énergétique et de l'économie circulaire.

❖ **Sécurité et régulation : un enjeu renforcé**

Les autorités renforcent les contrôles, notamment sur les établissements festifs, avec des inspections ayant révélé des non-conformités en matière de sécurité (issues de secours, alarmes, normes incendie). La structuration de l'offre nocturne devient un enjeu majeur de régulation et d'équilibre territorial.

Une industrie à un point d'inflexion

Face à ces transformations, un constat s'impose : la demande évolue plus vite que l'offre.

Le tourisme de montagne doit désormais concilier :

- performance économique,
- attractivité internationale,
- transition écologique,
- adaptation aux nouveaux modes de vie,
- et diversification des usages.

Dans ce contexte, l'enjeu n'est plus seulement d'allonger les saisons, mais de repenser la montagne comme un écosystème global, capable d'attirer visiteurs, travailleurs et résidents à l'année.



La montagne n'est pas en bout de course. Elle se situe aujourd'hui à un véritable point d'inflexion : un moment charnière où s'inventent les modèles touristiques, économiques et sociaux de demain.

A propos du GHR

Le GHR – Groupement des Hôtelleries et Restaurations de France – fédère 12 000 établissements qui emploient plus de 150 000 salariés répartis sur tout le territoire français ; Parmi ses membres, on compte les 9 plus grands groupes de restaurants en France ;

Le GHR intègre également 5 organisations majeures du secteur telles que les Traiteurs de France, la Fédération Française des Food Trucks, les Maîtres Cuisiniers de France, le Groupe Logis Hôtels et la Fédération des buralistes de Paris Ile de France.

Le GHR est aujourd'hui un acteur agile et incontournable de la défense des professionnels de l'hôtellerie-restauration.

www.ghr.fr

A propos de La Folie Douce

Depuis 1969, la famille Reversade fait vibrer la montagne comme personne avec La Folie Douce ! Accrochée à 2400m d'altitude à Val d'Isère, elle a inventé un concept unique où gastronomie créative, spectacles explosifs et convivialité sans limite se rencontrent dans un décor grandiose. Véritable référence de l'art de vivre montagnard, La Folie Douce propose une offre culinaire allant de la street food à la table gastronomique, réalisée d'une main de maître par les chefs de la Maison avec un soin particulier apporté à la qualité des produits. A cela viennent s'ajouter, dès la mi-journée, des spectacles permanents où chanteurs, danseurs, DJs et perforateurs transforment les terrasses en scène à ciel ouvert. La Folie Douce est bien plus qu'un lieu : c'est une expérience. Une alchimie singulière entre gastronomie, art, fête et partage, qui attire chaque hiver des visiteurs du monde entier.

<https://lafoliedouce.com/fr/>

