



OBSERVATOIRE SHERPA DES TENDANCES DE CONSOMMATION ALIMENTAIRE EN STATION DE MONTAGNE

Courses en magasin, restauration hors domicile...

Les stratégies alimentaires des Français lors de leurs vacances au ski

Commandée par la Coopérative Sherpa, cette étude mesure que les repas et leur mode d'élaboration constituent une source de plaisir qui contribue fortement à la réussite des vacances. Dans ce plaisir de bien manger, de déguster des produits et des recettes de montagne, la découverte ou la redécouverte des produits typiques constitue une activité d'après le ski, à faire en famille ou entre amis, afin de créer un vrai « moment de plaisir ».

Avec cette étude, Sherpa, acteur ancré et engagé dans l'économie de montagne, a voulu s'assurer, sondage à l'appui, que l'alimentation et plus particulièrement les produits locaux de montagne jouent un rôle important dans la réussite des vacances au ski.



« L'étude consolide notre perception et notre expérience d'épiciers présents dans 97 stations des Alpes, du Jura et des Pyrénées, à savoir que les Français s'accordent plus de plaisirs alimentaires qu'à la maison et profitent de leur séjour pour déguster des recettes et des produits de montagne, jusqu'à les acheter et les ramener chez eux. »

Olivier Carrié, Président de la Coopérative Sherpa

LES CHIFFRES-CLÉS DE L'ÉTUDE	20 % du budget des vacances dédié aux dépenses alimentaires pour un séjour d'une semaine	535 € sont dépensés en restauration hors domicile et en courses en magasin pour un séjour d'une semaine · 267 € en restauration hors domicile · 268 € en courses alimentaires	37 % des Français en vacances au ski déclarent faire moins attention à leur budget alimentaire qu'à la maison
90 % vont au restaurant au moins une fois (39 % tous les jours)	65 % pique-niquent au moins une fois et 33 % tous les jours	91 % font des courses en magasin	53 % des Français en vacances au ski s'accordent plus de plaisirs alimentaires qu'à la maison
38 % associent les courses en magasin à un moment de plaisir	48 % aspirent à des marques de produits régionaux	91 % profitent de leurs vacances à la montagne pour découvrir des produits locaux	53 % sont disposés à ramener des produits locaux



La raclette superstar des plaisirs alimentaires
L'étude a permis également de demander aux Français leur recette de montagne préférée. Sans surprise, il s'agit de la raclette pour 30 % d'entre eux, devant la fondue savoyarde (16 %) et la tartiflette (11 %). Si, en grande distribution, la raclette est le plus souvent vendue sous blister, elle performe dans les magasins Sherpa dans les rayons coupe où elle est proposée en formules. « C'est un rayon où l'on peut plus facilement valoriser les produits locaux et même ultra locaux, indique Frédéric Mauduit, Administrateur de la Coopérative Sherpa. Le consommateur est réceptif et le rayon est en plein boom, de même que les offres traiteur où l'on propose des plats traditionnels comme la tartiflette, ou la rôtisserie qui est très prisée par nos clients britanniques notamment. »



Les Britanniques, fêrus des restaurants de montagne
Les aspirations et comportements alimentaires des Belges, la troisième nationalité la plus représentée dans nos stations de ski, sont proches de celles des Français. Les Britanniques, qui occupent la deuxième place, partagent des dynamiques communes tout en se distinguant par le niveau très élevé de la consommation hors domicile. 63 % déjeunent ou dînent au restaurant tous les jours, la quasi-totalité (98 %) au moins une fois pendant leur séjour. Et, à la différence des Français et des Belges, les enfants ne sont un frein puisque leur fréquentation des restaurants ne faiblit pas, même quand la taille de la famille augmente !

MÉTHODOLOGIE

- Questionnaire de 10 minutes auto-administré en ligne (panel CSA Link et partenaires)
- Individus âgés de 18 ans et plus, ayant séjourné dans une station de ski française entre les mois de décembre et d'avril au cours des trois dernières années
- Échantillon : 813 Français, 275 Belges, 471 Britanniques
- 10-27 mars 2025

Les produits de montagne, qui sont directement sourcés par nos magasins, représentent environ 15 % de nos références. Certains comptent même parmi nos best-sellers, comme les saucissons, les Reblochon AOP, les bières des brasseries alpines, les vins de Savoie et les confitures. Les ventes sont particulièrement fortes le jeudi et le vendredi, qui sont les jours pour les achats des produits qu'on veut ramener à la maison. »

Frédéric Mauduit, administrateur de la Coopérative Sherpa



Enseigne fondée en 1988, Sherpa est une Coopérative à taille humaine qui fédère aujourd'hui 120 magasins de proximité, situés au cœur des reliefs des Alpes, des Pyrénées et du Jura. Générant un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 130 millions d'euros, Sherpa, qui a le statut de coopérative depuis 2002, contribue à la vitalité des économies locales et plus particulièrement à la valorisation des produits de l'agriculture et de l'artisanat de montagne.
www.sherpa.net



120 magasins
dans 97 stations
de ski



entre 850 et 1000
collaborateurs



Sa propre marque de produits
sourcés localement, testés et sélectionnés
par les adhérents de la Coopérative Sherpa
comportant à ce jour 160 références