

Paris, le 27 août 2007



Netogr@phie™

Stations de sports d'hiver des Pays de l'Est

Quel impact pour le marché français des sports d'hiver ?

Athlane Consult présente les résultats d'une Etude qualitative Internet relative aux impacts du développement des offres des stations de sports d'hiver des Pays de l'Est sur le marché français des sports d'hiver.

Cette étude a été réalisée en se concentrant sur l'offre objective des stations et des pays, croisée avec la perception qu'en ont les clients français et britanniques.

Plusieurs constats d'importance émergent de cette toute première investigation :

- ↙ Les stations de sports d'hiver de plusieurs Pays de l'Est ont des standards de qualité aujourd'hui proches de celles des pays de l'Europe de l'Ouest, avec des prix inférieurs.
- ↙ Elles offrent pour certaines de meilleures garanties d'enneigement, de bonnes opportunités immobilières, mais, elles ne valorisent pas assez les aspects de découverte de la culture locale et restent parfois difficiles d'accès.
- ↙ Du côté des clients, les offres sont attractives, mais surtout pour les britanniques, les personnes peu confirmées en ski alpin ou pratiquant d'autres activités.
- ↙ A l'avenir et toutes choses égales par ailleurs, elles disposent globalement d'une capacité réelle de détournement d'une partie de la clientèle française et britannique des stations françaises, mais présentent aussi des attraits pour les opérateurs français qui pourraient aller y exercer leurs talents.

Pour plus de précisions, merci de contacter :

Florence DERONCE - Directrice Etudes - Athlane Consult
01.44.88.16.49 - fderonce@athlane.net

A propos de l'Etude : Cette étude a été réalisée par Internet pour accéder facilement et rapidement à l'information et réaliser un premier diagnostic. Les informations ont été collectées sur les sites institutionnels pour les données économiques des Pays de l'Est et sur des sites véhiculant des discours 2006 et 2007 de particuliers, pour la perception de l'offre des stations des pays de l'Est par les clients français et les britanniques (blogs, forums, news groups...). Les pays inclus dans le périmètre de l'étude sont les suivants : Bosnie Herzégovine, Bulgarie, Macédoine, Monténégro, Pologne, République Tchèque, Roumanie, Russie, Serbie, Slovaquie, Slovénie et Etats du Caucase du Sud.

A propos d'Athlane : Créé en 2002, Athlane est un Cabinet de Conseil et d'Etudes Marketing, spécialisé dans le domaine des Sports et Loisirs. Fort de son capital humain, de son expertise méthodologique et technique, Athlane met en œuvre des Etudes innovantes et opérationnelles, qualitatives et/ou quantitatives, parfaitement adaptées aux problématiques Marketing qui lui sont soumises. Ses principaux clients sont : ASO, Canal Plus, Club Méditerranée, Décathlon, Fédération Française de Tennis, France Montagnes, GIP Coupe du Monde de Rugby 2007, Gymnova, Helly Hansen, Intersport, Ixove, La Française des Jeux, Groupe Lucien Barrière, La Redoute, Office National des Forêts, Mercury Marine Power, Nike, Oxsitis, The Athlete's Foot, Umbro...