Envoyé en préfecture le 10/11/2026
Reçu en préfecture le 10/11/2026
Publié le
ID : 074-217402361-20261106-DELOT2026_026-DE

RAPPORT SUR LES ORIENTATIONS BUDGETAIRES EXERCICE 2027

L'année 2026 confirme l'attractivité de Saint-Gervais Mont-Blanc. Après une année record en terme de fréquentation, l'enjeu pour 2027 réside la consolidation d'un tourisme quatre saisons durable et créateur de retombées pour l'économie locale.

Une fréquentation hivernale en progression

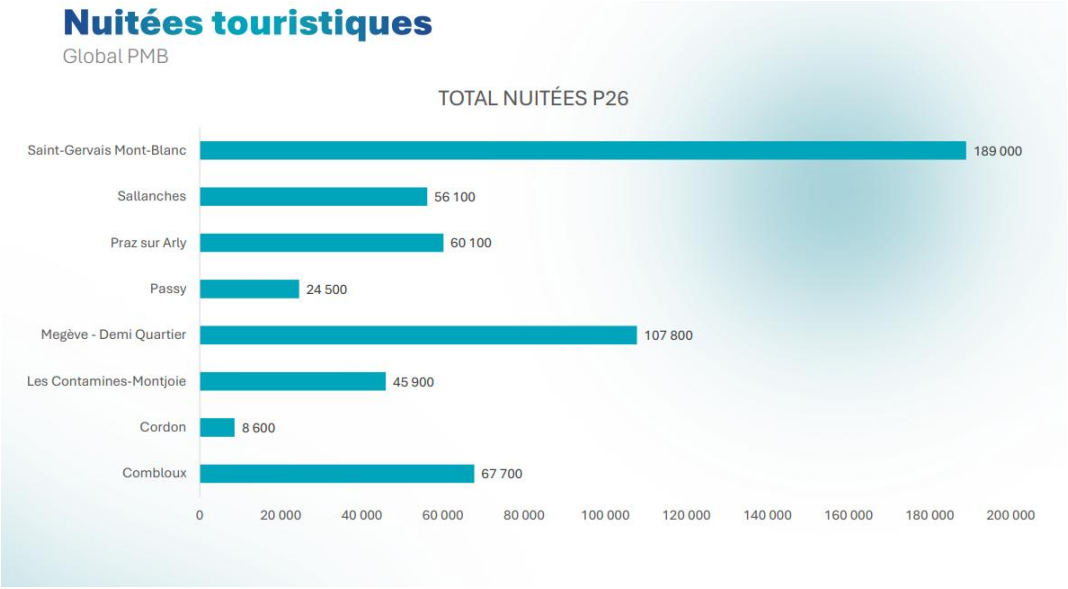
L'hiver 2025/2026 a enregistré 691 700 nuitées sur la période comparable du 29 novembre au 10 avril, soit +5,1 % par rapport à l'hiver précédent. La hausse est portée notamment par l'offre professionnelle et les locations entre particuliers. Ces résultats confortent la place de l'hiver dans l'économie touristique, tout en invitant à mieux répartir l'activité entre vacances et inter-vacances.

Un printemps et un été record qui confortent la stratégie quatre saisons

Pour la première fois, les données de fréquentation touristique hors saison sont analysées et restituées par l'observation du tourisme G2A. Ainsi, au printemps 2026, 189 000 nuitées ont été enregistrées du 18 avril au 12 juin, faisant de Saint-Gervais la destination la plus fréquentée sur cette période au Pays du Mont-Blanc.

L'été 2026 totalise 414 400 nuitées sur la période comparable du 13 juin au 4 septembre (+4,1 %), et 427 200 nuitées avec la semaine supplémentaire observée jusqu'au 11 septembre. Juillet et août restent moteurs ; le développement de l'avant et de l'après-saison constitue un levier prioritaire de répartition des flux et de soutien à l'économie locale.

L'automne, a enregistré 136 400 nuitées (chiffre 2025, du 13/09 au 28/11). Ce résultat confirme l'existence d'une fréquentation hors saison non négligeable, faisant du développement du printemps et de l'automne un sujet stratégique.



Répartition des nuitées PRINTEMPS 2026 au PMB

Envoyé en préfecture le 10/11/2026
Reçu en préfecture le 10/11/2026
Publié le
ID : 074-217402361-20261106-DELOT2026_026-DE

PROMOTION

En 2026, l'Office de Tourisme a poursuivi le développement commercial de la destination à travers sa participation aux salons et workshops professionnels en France et à l'étranger, ainsi que l'organisation d'éductours ciblés auprès des tour-opérateurs des marchés prioritaires. Ces opérations, menées en collaboration avec les professionnels locaux, ont permis d'entretenir les relations avec les distributeurs touristiques et de favoriser la mise en marché des offres de Saint-Gervais Mont-Blanc.

Le développement du tourisme d'affaires a également fait l'objet d'actions spécifiques de promotion à l'échelle nationale, afin de positionner davantage la destination sur le marché des séminaires et des séjours professionnels. Parallèlement, la place de marché a poursuivi son développement avec l'intégration de nouvelles offres, notamment dans les secteurs de l'hôtellerie et des activités de pleine nature.

COMMUNICATION

L'année 2026 a été marquée par la poursuite de la modernisation des outils de communication de l'Office de Tourisme. La refonte de l'application mobile, l'engagement de la démarche de mise en conformité RGAA du site internet et le développement du plan média digital ont contribué à améliorer l'accessibilité, la qualité de l'information et la visibilité de la destination. La stratégie sur les réseaux sociaux a également été élargie avec le développement de la présence de Saint-Gervais, afin de diversifier les canaux de communication et de toucher de nouvelles clientèles.

L'Office de Tourisme a également engagé une réflexion sur l'intégration de l'intelligence artificielle dans son écosystème numérique, afin d'optimiser la production et la diffusion de l'information touristique, tout en améliorant l'efficacité des outils et des services. Ces évolutions s'accompagnent d'un travail sur la qualité des données touristiques, notamment au sein de la base APIDAE, indispensable à la fiabilité des différents supports d'information.

Les relations presse ont conservé une place importante dans la stratégie de rayonnement de Saint-Gervais, avec l'organisation d'accueils de journalistes, de voyages de presse et la participation à des workshops en France et à l'étranger. La réalisation de revues de presse régulières permet également de mieux valoriser les retombées médiatiques auprès des partenaires de la destination.

L'année 2026 a été marquée par la création de nouveaux rendez-vous touristiques, notamment la première édition du Festival du Film Nature, organisée du 16 au 19 avril ou encore l'opéra itinérants de Lyon. Ces événements permettent d'enrichir l'offre événementielle de la destination au printemps.

L'office de tourisme a engagé en 2026 une réflexion stratégique sur sa programmation événementielle. Celle-ci repose sur le constat que les événements constituent un levier important d'attractivité et de fréquentation touristique, particulièrement au printemps et à l'automne, périodes durant lesquelles ils peuvent contribuer à soutenir l'activité des hébergeurs, des commerces et des prestataires.

Envoyé en préfecture le 10/11/2026
Reçu en préfecture le 10/11/2026
Publié le
ID : 074-217402361-20261106-DELOT2026_026-DE

LES ORIENTATIONS 2027

TENDANCES DE L'HIVER 2027

La saison précédente constitue néanmoins une base de référence haute pour Saint-Gervais Mont-Blanc, avec 691 700 nuitées enregistrées durant l'hiver 2025-2026, soit une progression de 5,1 % par rapport à l'hiver précédent. Cette dynamique témoigne de l'attractivité de la destination et de la diversité de son offre touristique.

Selon les prévisions présentées le 13 octobre 2026 par G2A Consulting, les perspectives de fréquentation pour l'hiver 2026-2027 apparaissent globalement stables à l'échelle des stations de montagne françaises, avec une évolution prévisionnelle des nuitées de **–0,27 % par rapport à l'hiver précédent**.

À date, les réservations enregistrées affichent toutefois un recul de 3,1 %, avec un taux d'occupation de 34,6 %, inférieur de 0,4 point à celui observé un an auparavant. Cette situation doit être relativisée par une accélération récente des réservations, G2A faisant état d'une progression de 10 % en un mois après un démarrage plus lent.

Les tendances diffèrent selon les périodes : les vacances de Noël et du Nouvel An affichent une prévision de fréquentation en recul de 3 %, les vacances d'hiver de 1,2 % et les vacances de printemps de 3,2 %. À l'inverse, les périodes intermédiaires apparaissent mieux orientées, avec une progression attendue de 0,3 % en janvier et de 4,1 % en mars.

L'évolution des clientèles constitue également un point d'attention. Les réservations françaises enregistrent un recul de 6,6 %, tandis que les réservations étrangères progressent de 2 %. Ces tendances confirment l'intérêt de poursuivre les actions de promotion sur les marchés européens prioritaires, tout en maintenant une présence forte sur le marché français.

Enfin, les perspectives restent dépendantes de la poursuite des réservations au cours des prochains mois. G2A estime notamment que 52 % des réservations des vacances d'hiver et 50 % de celles de l'inter-vacances de mars restent encore à acquérir.

Dans ce contexte, l'Office de Tourisme de Saint-Gervais Mont-Blanc devra maintenir une communication réactive, en adaptant ses actions aux périodes présentant les plus forts enjeux de remplissage. La valorisation de l'offre quatre saisons, des activités hors ski, du thermalisme et des événements hivernaux constituera un levier complémentaire pour soutenir l'attractivité de la destination, indépendamment des conditions d'enneigement.

STRATEGIE 2027

La stratégie 2027 s'inscrit dans la continuité de la dynamique de l'Office de ces dernières années : renforcer la compétitivité et la visibilité de la destination et poursuivre la diversification pour tendre vers un tourisme durable et responsable. Cette continuité doit se traduire par une sélectivité accrue des projets à impact.

Première priorité : faire progresser la qualité du séjour plutôt que le seul volume de nuitées. La mise en réseau des hébergeurs, activités, Thermes, Domaines Skiables, commerces et

Envoyé en préfecture le 10/11/2026
Reçu en préfecture le 10/11/2026
Publié le
ID : 074-217402361-20261106-DELOT2026_026-DE

acteurs culturels doit permettre de construire des propositions adaptées aux ailes de saison, avec une attention portée à la consommation locale et à la durée de séjour.

Deuxième priorité : consolider une destination accessible et exemplaire. Les démarches Destination d'Excellence, H+ Destination Tourisme et Flocon Vert doivent devenir des outils d'amélioration continue, associant les professionnels.

Les mobilités décarbonées, notamment le Valléen et l'ascenseur des Thermes, constituent des arguments différenciants à intégrer dans les parcours visiteurs, les informations pratiques et les éléments de communication.

PROMOTION ET COMMUNICATION

Les marchés prioritaires demeureront la France et les marchés européens de proximité déjà travaillés : Royaume-Uni, Belgique, Suisse, Italie, Espagne, Scandinavie et pays d'Europe centrale et orientale. Les moyens seront concentrés sur les marchés et segments présentant un potentiel réel de séjours, avec des opérations mutualisées avec Haute-Savoie Mont-Blanc, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, Atout France et les professionnels.
Il est proposé de structurer le plan d'actions autour de trois campagnes complémentaires : l'hiver et ses périodes d'inter-vacances ; l'été de pleine nature et ses séjours actifs ; les ailes de saison et notamment le printemps, autour de la montagne de la culture et du bien-vivre. Chaque campagne devra définir des clientèles, des périodes, des partenaires, des objectifs et des indicateurs de résultat.

La priorité digitale portera sur l'optimisation du site, de la place de marché, du référencement et de la gestion de la relation client, plutôt que sur la multiplication des outils. La qualité et l'accessibilité de l'information, les parcours de réservation et les contenus utiles avant et pendant le séjour seront renforcés. Une meilleure appréhension des outils liés à l'intelligence artificielle devrait bénéficier à la visibilité de la destination sur les modèles IA.

Les relations presse conserveront un rôle majeur pour développer la notoriété, notamment au Royaume-Uni. Les accueils et partenariats éditoriaux seront davantage construits autour des singularités de Saint-Gervais : montagne habitée, thermalisme, patrimoine, culture, mobilités innovantes et événements. La mesure des retombées devra aller au-delà du volume de publications, en appréciant leur pertinence pour les clientèles visées.

Dans une enveloppe sans augmentation, l'arbitrage proposé consiste à préserver les opérations éprouvées, mutualiser les achats et réorienter progressivement les crédits des dispositifs les moins efficaces vers des actions mesurables et ciblées.

Budget primitif promotion et communication : 580 000 €

Envoyé en préfecture le 10/11/2026
Reçu en préfecture le 10/11/2026
Publié le
ID : 074-217402361-20261106-DELOT2026_026-DE

ANIMATIONS ET EVENEMENTS

La stratégie événementielle 2027 s'inscrit dans la continuité du travail engagé en 2026 : distinguer les animations de proximité, indispensables à la qualité de vie et de séjour, des événements structurants destinés à générer des retombées économiques, touristiques et médiatiques. La programmation doit contribuer au rayonnement de Saint-Gervais sans devenir une succession de manifestations isolées.

Il est proposé d'organiser la programmation selon un calendrier annuel lisible, avec des temps forts répartis sur les quatre saisons et une attention particulière aux périodes moins fréquentées, le levier événementiel représentant un axe stratégique pour dynamiser la fréquentation sur les ailes de saison. Le tout en proposant le choix aux élus en place au sein du conseil d'exploitation.

Le rapprochement du Trophée Mer Montagne et du Festival du Film Nature devra rechercher de véritables passerelles de programmation, de publics et de communication, tout en préservant l'identité des deux rendez-vous. L'objectif est de mutualiser la production, les lieux, les hébergements et la communication afin d'éviter une simple addition des budgets.

Le nouvel événement sportif pour les « Ices Games » devra être évalué au regard de son intérêt pour le territoire.

L'été 2027 s'annonce également fort sur la partie événementielle vélo en Haute-Savoie. Les championnats UCI 2027 fin aout, vont vraisemblablement générer un pic notable de fréquentation. N'étant pas directement concernée par les épreuves l'offre vélo de Saint-Gervais va constituer un atout d'attractivité supplémentaire pour la clientèle affinitaire.

Budget primitif événements et animations : 450 000 €

RESSOURCES HUMAINES

La perspective 2027 est celle d'une stabilisation globale des effectifs et de la masse salariale, tout en adaptant l'organisation aux besoins saisonniers et aux missions croissantes d'accueil, de communication et de production événementielle. Le maintien de la qualité d'accueil et la continuité de service demeurent prioritaires.

Le partenariat avec le groupement d'employeurs GENOV est d'ailleurs utilisé comme un levier de fidélisation et de sécurisation des recrutements saisonniers, puisqu'il sécurise le recrutement d'un agent d'accueil déjà opérationnel sur l'hiver 2027.

Le plan de formation devra cibler les compétences à fort impact : accueil, outils numériques (intelligence artificielle), relation client, conduite de projets événementiels ou encore développement durable. La polyvalence sera cultivée sans fragiliser les expertises nécessaires au fonctionnement de chaque pôle.

Un suivi des charges de travail, notamment avec le nouveau logiciel OCTIME permettra d'éclairer les arbitrages et de mesurer les moyens humains réellement mobilisés.

Masse salariale prévisionnelle : 740 000 €

Envoyé en préfecture le 10/11/2026
Reçu en préfecture le 10/11/2026
Publié le
ID : 074-217402361-20261106-DELOT2026_026-DE

RECETTES BUDGETAIRES

La dotation de la Commune demeurera la ressource structurante de la régie. Dans une logique de sobriété, la préparation du budget 2027 reposera sur l'essentiel. La prudence est particulièrement nécessaire pour la taxe de séjour, dont les modalités de reversement (AirbnB) ont évolué en 2026, ce qui a affecté les comparaisons entre exercices. Pour 2027, la situation devrait se stabiliser et apporter même une meilleure lisibilité.

Dotation budgétaire de la Commune : 930.650,00 €

Taxe de séjour : 650.000 €

Contrats de partenariat : 110.000 €

Redevances (STBMA, Casino) : 85.000 €

Produits des services : 60.000 €

Dotations, subventions et participations (CD 74, sponsors, …) : 50.000 €

Le budget primitif sera proposé lors du Conseil d'exploitation de la régie du mois de décembre.