



## LES ENTREPRISES DE L'AMÉNAGEMENT DE LA MONTAGNE FACE À LA FERMETURE DES REMONTÉES MÉCANIQUES DE L'HIVER 2020-2021

Note de situation au 20/08/2021

### 1-Contexte

La fermeture prématurée des remontées mécaniques au mois de mars 2020 et durant toute la saison hivernale 2020/2021 a durablement impacté l'économie des domaines skiables en raison de :

- L'absence de chiffre d'affaires des exploitants de remontées mécaniques : à l'exception de petites recettes pour l'ouverture de remontées mécaniques pour les entraînements de clubs, l'interdiction administrative d'exploitation a privé de recette l'ensemble des sites de ski alpin.
- La chute brutale des recettes fiscales des communes supports de stations.

A noter que l'ouverture des remontées mécaniques en été représente entre 1% et 5% des recettes annuelles : autrement dit, ces recettes n'amélioreront pas la situation financière des stations car elles ne couvrent généralement pas les coûts d'exploitation (mais cela fait partie des règles acceptées par les exploitants sur les délégations de service public et n'est pas mis en cause dans le sujet qui nous préoccupe). Il est important de ne pas confondre la réouverture des remontées mécanique en été et la réouverture des domaines skiables qui génèrent une économie d'un tout autre niveau.

Pour l'économie indirecte résultant de celle des domaines skiables, le dispositif d'indemnisation des exploitants de remontées mécaniques n'a pas permis de dégager de la capacité d'investissement pour les exploitants. Ce n'était d'ailleurs pas l'objectif visé : les montants versés étaient destinés à compenser partiellement leurs coûts fixes car la préparation de l'ensemble des domaines skiables pour une ouverture fin 2020 et le maintien d'un certain niveau de sécurité sur les pistes tout l'hiver, ont généré d'importantes dépenses. En effet, tous les travaux préparatoires pour beaucoup éphémères puisqu'ils sont effectués en fonction de la présence ou de la production de neige, n'ont servi à rien et seront à refaire pour la saison 2021/2022.

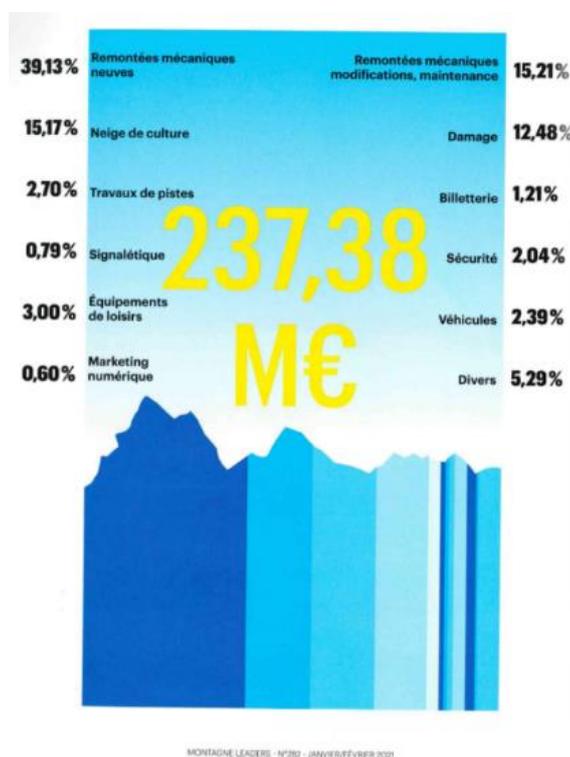
L'effet de ruissellement en direction des fournisseurs souvent évoqué n'a donc pas eu lieu, même si quelques investissements structurants déjà programmés avant la crise ont été poursuivis (remontées mécaniques, neige de culture). En particulier, tout le matériel qui n'a pas été utilisé ou qui n'a pas fonctionné ne nécessitera pas d'entretien et ne sera évidemment pas renouvelé (signalétique, engins de damage, équipement de pistes, etc...).

**Il est donc logique, et nos enquêtes le montraient dès le mois d'avril 2021, que les investissements subissent une baisse drastique dans les stations de montagne tout au long année 2021.**



## Conséquences pour les entreprises qui aménagent les stations de montagne

Si l'on analyse les conséquences sur les investissements 2020 de la fermeture anticipée des domaines skiables lors de la saison 2019/2020, pourtant effective au 15 mars 2020, on constate que la baisse a été très importante alors que seule 1/3 de la saison a manqué et parfois simplement une semaine ou deux pour certaines stations de moyenne altitude. Il ne faut pas oublier que ce sont les dernières semaines qui font les résultats des stations : en effet, l'importance des frais fixes nécessite une période d'exploitation la plus longue possible pour les couvrir totalement. Dès l'hiver 2019/2020, la capacité d'investissement des stations a donc été fortement affectée.



Ces données sont confirmées par l'enquête annuelle sur les investissements, réalisée par le magazine Montagne Leader en partenariat avec le syndicat professionnel des exploitants de domaines skiables DSF.

### Montagne Leaders n°282 (janvier-février 2021) : « Investissements 2020 : une année en négatif »

Pages 60 à 85 : Synthèse de l'enquête annuelle « La fin de saison 2019-2020, brusquement tronquée, aura donc eu raison d'une courbe des investissements globalement à la hausse depuis 2016. La chute des budgets consacrés à l'aménagement des domaines skiables en 2020 n'est une surprise pour personne. Il restait à en évaluer l'ampleur.

Ce total de 237 M€ marque un très sérieux coup d'arrêt par rapport aux 379 M€ à l'exercice 2019, et aux 399 M€ de 2018 ! »

Cette enquête, effectuée auprès des exploitants de remontées mécaniques, est jointe en annexe 2 au présent document.

Ces constatations confortent les perspectives affichées par les diverses enquêtes, menées cette fois-ci auprès des fournisseurs conjointement par l'Afmont et le Cluster Montagne auprès de leurs adhérents, et notamment la dernière réalisée entre le 24 et le 28 juillet 2021 qui donne le résultat suivant :

CA réalisé en 2019 pour l'hiver 2019-2020	CA prévisionnel 2021 pour l'hiver 2021-2022
284,5 M€	134,9 M€

Ces chiffres résultent d'une enquête expresse dans laquelle nous demandions à l'ensemble des fournisseurs le chiffre d'affaires sur des commandes de matériel ou de prestations intellectuelles pour des installations neuves réalisées en 2019 et le chiffre d'affaires prévisionnel pour 2021 sur le même périmètre.



### Ces résultats appellent les commentaires suivants :

- Cette étude a obtenu une soixantaine de réponses, ce qui est très significatif et mobilisateur compte tenu du temps imparti (réponse en 48h). A noter que **la moyenne des baisses de CA est de -58 %**.
- Certains investissements sont **la poursuite de projets commencés en 2019 ou 2020**. Ce sont en général des installations lourdes représentant des montants élevés qui masquent l'impact réel de la fermeture des domaines skiables sur les petits et moyens investissements, donc sur le tissu des PME du secteur.
- **Cette estimation est extrêmement fiable** car les projets et les réalisations de l'été 2021 en vue d'une ouverture pour les prochaines vacances de Noël sont parfaitement identifiés :
  - o Que ce soit pour des produits qui ont été peu ou pas utilisés cette dernière saison (engins de damage, équipement de protection des pistes, motoneige, etc.) ou des équipements structurants tels que remontées mécaniques ou production de neige de culture qui nécessitent des études longues, notamment environnementales, tout ce qui n'est pas prévu aujourd'hui n'a aucune chance de se réaliser et sera décalé à l'hiver 2022/2023.
  - o Hormis quelques investissements mineurs (signalétique, ...) qui peuvent encore être déclenchés, il est plus probable qu'à l'inverse, certains projets soient annulés ou décalés.

## 2-Les entreprises de l'aménagement de la montagne

### 3 grandes catégories d'acteurs :

- Les bureaux d'études et d'ingénierie qui interviennent en amont des projets ;
- Les constructeurs et fournisseurs d'équipements et infrastructures ;
- Les prestataires de services qui interviennent en aval des projets d'aménagement.

### Des cycles d'exploitation et de facturation décalés et soumis à saisonnalité

Il est primordial de bien comprendre le cycle de commande/ fabrication/ livraison/ facturation des fournisseurs. S'agissant d'une activité à forte saisonnalité, il n'y a pas de production continue. La démarche pour la quasi-totalité des fournisseurs consiste à analyser le marché dès la fin de la saison d'hiver, en réalité après les vacances de février car les exploitants ont déjà une bonne visibilité de leur niveau final d'activité, et de lancer la production, même sans aucune commande en main, en fonction de cette estimation. Pour certains, les approvisionnements en matière première auront été déjà anticipés au vu de l'activité des vacances de Noël.

Les prises de commandes, qui démarrent en général à partir du mois de mars, permettent de conforter les estimations faites et des ajustements sont opérés en cours d'année au fur et à mesure du remplissage du carnet de commande.



C'est cette démarche pour laquelle tous les fournisseurs ont développé des méthodologies permettant d'approcher la réalité du marché au plus près, qui permet d'évaluer aujourd'hui de façon très précise le volume du marché de l'année 2021 et qui nous autorise à conclure que **les entreprises de ces trois catégories n'envisagent pas de commandes significatives avant le printemps 2022**

L'autre conséquence de cette activité cyclique s'apprécie sur le rythme de facturation. En effet, encore une fois pour la majorité des fournisseurs, le printemps et l'été sont consacrés à la prise de commande, l'été et l'automne à la production, aux chantiers ou à la réalisation, et les réceptions et les facturations sont réalisés en fin d'automne ou au tout début d'hiver juste avant l'ouverture classiquement prévue vers mi-décembre, juste avant les vacances de Noël comme indiqué dans le tableau ci-dessous.

Cycles exploitation	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Exploitants domaines skiables	Exploitation			Projets/commandes			Maintenance - construction					
Fournisseurs / Commercial + Pré-production	Commercial - Pré-production			Commandes								
Fournisseurs / Commandes				Réalisation								
Fournisseurs / Réalisation	Facturation N-1									Facturation N		

Répartition du CA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Etudes - ingénierie		10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	
Equipements	15%	10%	10%	10%	10%					15%	15%	15%
Montage - maintenance						20%	20%	20%	20%	20%		
Prestations de services	10%	10%	10%							30%	30%	10%

La facturation a donc lieu essentiellement sur la deuxième moitié de l'année et plus particulièrement octobre, novembre, décembre, voire janvier de l'année suivante. Et donc la façon dont les aides aujourd'hui sont évaluées sont difficilement applicables aux fournisseurs de la montagne puisque :

- À l'automne 2020, la plupart des fournisseurs étaient en baisse en termes de niveau d'activité mais de l'ordre de 30% puisque celles-ci n'étaient consécutives qu'à un arrêt tardif des remontées mécaniques sur la saison 2019/2020 et cela ne permettait pas de prétendre à l'obtention d'aides.
- Depuis le début 2021, les baisses sont devenues vraiment tangibles en raison de l'arrêt complet des remontées mécaniques. Mais cela ne s'effectuait que sur des montants relativement faibles notamment sur de l'entretien et de la maintenance en cours de saison. Le véritable impact sur la facturation mensuelle n'arrive donc qu'à l'automne à partir du mois de septembre ou octobre pour des livraisons anticipées ou des situations de chantier et véritablement en novembre, décembre et janvier pour la facturation finale des prestations réalisées.

**C'est pourquoi, l'absence d'investissement en 2021 permet d'affirmer que les fournisseurs ne prévoit pas de règlements significatifs avant l'automne 2022 voire début 2023 qui seront la conséquence des commandes prises à partir du printemps 2022.**

**Nous donnons en annexe 1 un échantillon d'entreprises illustrant ce cycle et l'impact décalé sur la comptabilité annuelle ou mensuelle de cette saison blanche.**



### 3-Des dispositifs de soutien à prolonger

En conséquence de cette situation inédite et durable, il convient de poursuivre les dispositifs actuels de soutien et notamment :

- La nécessaire décorrélation du dispositif de la période de fermeture administrative, les impacts majeurs étant attendus sur la période du printemps 2021 jusqu'au printemps 2022 (à la condition que la saison 2021-2022 se déroule normalement)
- Un maintien des dispositifs à minima jusqu'au 31/12/2021 (avec clause de revoyure), car il est indispensable que l'impact de la saison blanche passée soit évalué sur un cycle complet d'activité des fournisseurs à partir de la période de prise de commande soit de Avril 2021 à Avril 2022, comprenant au minimum les 3 mois de grosse facturation novembre, décembre et janvier de l'année suivante.
- La prolongation du FNE-Formation avec prise en charge à 100 %,
- La prise en compte des bi-saisonniers, notamment qualifiés, pour les entreprises d'installation des remontées mécaniques : prise en charge de l'activité partielle à 100 %, avec zéro reste à charge, jusqu'au mois de septembre 2022 (avec clause de revoyure).

**Estimation des besoins et du coût relatif pour l'Etat : après sondage auprès de nos adhérents, nous estimons l'enveloppe nécessaire à environ 20 M€ pour 50 à 60 entreprises dépendant très directement des domaines skiables et du secteur des remontées mécaniques.**

**Ces entreprises doivent être soutenues pour 5 raisons :**

- Cette crise soudaine et violente a provoqué l'**arrêt des commandes** et par voie de conséquence, l'**absence de facturation** fin 2020 et début 2021.
- Elles ont acquis au fil des ans un **savoir-faire reconnu** à l'international: l'aménagement des stations est une spécificité française qui s'exporte très bien mais qui a néanmoins un concurrent redoutable : l'Autriche (et plus particulièrement, le sud Tyrol). Le maintien de leur expertise est donc essentiel.
- **Un effet de levier très important** : Ces entreprises sont souvent implantées au pied de leur terrain de jeu dans les vallées des territoires de montagnes. Les emplois qu'elles génèrent chez elles-mêmes et leurs réseaux de sous-traitants constituent un enjeu majeur pour le **maintien des bassins de vie** dans ces régions souvent éloignées des grandes métropoles.
- **Elles bénéficieront peu ou pas du plan Avenir Montagnes** à court terme. En effet, la partie rénovation immobilière est hors de leur champ d'action, la partie des mobilités durable concerne principalement les remontées mécaniques et ne débouchera sur des contrats que dans plusieurs années compte tenu du temps d'instruction des dossiers, et la partie diversification touristique ne concerne qu'un très petit nombre d'entre eux.
- Enfin, toutes ces industries ont parfaitement conscience des **enjeux de la transition en montagne** et toutes ont engagé une démarche de diversification, dans leur cœur de métier ou à côté, sur les territoires de montagne ou ailleurs. Mais **l'intensité et la soudaineté de cette crise** est incompatible avec ce processus de transformation progressive.



# Annexe 1

## Illustration du cycle de facturation

**Lumiplan Montagne : PME française, spécialiste de la signalétique et de l'information en temps réel sur les pistes et dans les stations.**

- Pour cette société, le commercial se fait entre janvier et avril (salons), les prises de commandes entre avril et septembre, la production entre juillet et octobre, les installations entre septembre et décembre, la facturation entre juillet-août (acomptes 20%) et décembre C'est à dire que **80 % du CA pour la signalétique (soit 50 % env. du CA global) se facture entre septembre et décembre ! Le CA publicitaire se réalise en 3 mois**, de novembre à janvier. Les services se facturent essentiellement en début d'année (janvier).
- Cela explique que cette société n'a pas pu bénéficier du fonds de solidarité début 2021 et qu'elle va subir un **très gros manque de facturation au dernier trimestre 2021**.

Exemple Lumiplan Montagne	2019	2020	2021
Coûts fixes			
CA Signalétique			
CA Services (licences logiciels, applications mobiles, contrats maintenance)			
CA Publicité			

Nous prenons ensuite l'exemple de 3 sociétés intervenant sur des domaines différents

**GMM : conception/fabrication de systèmes de transport par câble (remontées mécanique)**

**Kässbohrer ESE : commercialisation et entretien d'engins de damage**

**Loisirs Equipements : Aménagement de guichet, espace accueil, matériel de caisse**

**Technoalpin : systèmes de production de neige**

Tableau des facturations mensuelles en k€

Année 2019	GMM	Kässbohrer	TechnoAlpin	Loisirs Eqt
Janvier	k€	k€	k€	k€
Février	k€	k€	k€	k€
Mars	k€	k€	k€	k€
Avril	k€	k€	k€	k€
Mai	k€	k€	k€	k€
Juin	k€	k€	k€	k€
Juillet	k€	k€	k€	k€
Août	k€	k€	k€	k€
Septembre	k€	k€	k€	k€
Octobre	k€	k€	k€	k€
Novembre	k€	k€	k€	k€
Décembre	k€	k€	k€	k€



## Annexe 2

# Investissements 2020 sur les domaines skiables

**Tous les ans, le Magazine Montagne Leaders effectue une enquête auprès des exploitants de remontées mécaniques pour évaluer le niveau d'investissements réalisés sur les domaines skiables de France.**

L'exploitation de domaines skiables est une activité très capitalistique et en moyenne, les domaines skiables investissent chaque année entre 20% et 30% de leur chiffre d'affaire.

C'est pourquoi le niveau d'investissement est un baromètre très apprécié par les professionnels car il témoigne de la santé de nos montagnes en général, le ski en étant le moteur économique, mais également des vallées dans lesquelles vivent ceux qui travaillent pour la montagne.

L'enquête ci-jointe est celle de 2020 : elle montre comment la fermeture anticipée des domaines skiables a entraîné une importante chute des investissements, commençant déjà à fragiliser les fournisseurs de la montagne. Pourtant une bonne partie de la saison avait déjà été réalisée.

Ce précédent permet de comprendre pourquoi les domaines skiables n'investissent que très peu en 2021, et donc pourquoi la situation des fournisseurs s'aggrave dangereusement.

Ce document est joint séparément en format pdf.



## Annexe 3

# Présentation du Cluster Montagne et de l'Afmont

### Le Cluster Montagne - [www.cluster-montagne.com](http://www.cluster-montagne.com)

Créé en 2012 à l'initiative de la Région Auvergne-Rhône-Alpes, le Cluster Montagne est l'accélérateur de développement durable et d'innovation en montagne. Ses actions de mise en réseau, de formation, de soutien à l'innovation et au développement commercial de ses entreprises membres (industriels, équipementiers, bureaux d'études, services, start-up) s'opèrent en lien étroit avec les institutions professionnelles et les établissements de recherche et de formation de la filière. Le Cluster Montagne contribue ainsi à la performance durable, à l'attractivité et à la transformation des destinations touristiques de montagne. Il est aussi l'ambassadeur du savoir-faire français à l'international. Le Cluster Montagne compte 235 membres.

### L'Afmont – [www.afmont.fr](http://www.afmont.fr)

L'Afmont est une association loi 1901 créée en 2008. Son but principal est de regrouper les entreprises fournissant des matériels et services pour l'aménagement de la montagne en vue de mener des actions conjointes. Les missions de l'Afmont sont proches de celles d'un syndicat professionnel, qu'elle n'est cependant pas en raison de la diversité des secteurs industriels et tertiaires représentés, rendant notamment impossible l'existence d'une convention collective. L'Afmont mène des actions communes au service d'un collectif et de l'intérêt général : sa vocation est de coordonner, de mettre en relation, et de regrouper l'ensemble de ses membres chaque fois qu'une thématique l'exige.

**Contacts :** M. Didier BIC – Président de l'Afmont

[Didier.Bic@pistenbully.fr](mailto:Didier.Bic@pistenbully.fr) / 06 86 07 16 93

M. Patrick GRAND'EURY – Président du Cluster Montagne

[p.grandeury@cluster-montagne.com](mailto:p.grandeury@cluster-montagne.com)

Mme Nathalie SAINT-MARCEL – Directrice adjointe du Cluster Montagne

[n.saint-marcel@cluster-montagne.com](mailto:n.saint-marcel@cluster-montagne.com) / 06 82 71 18 26