

Communiqué de presse – Septembre 2026

Alpes – Massif Central – Pyrénées – Jura – Vosges



FRANCE MONTAGES POURSUIT SON ENGAGEMENT EN FAVEUR D'UNE MONTAGNE POUR TOUS

Portée par une fréquentation en hausse, **+2.5 % de taux d'occupation cet été 2026*** et **+14,2 % de nuitées sur les 7 dernières saisons estivales****, la montagne française confirme son attractivité et s'impose comme une destination touristique à part entière. Cette dynamique positive s'accompagne d'un enjeu fort pour France Montagnes, qui s'engage depuis 15 ans pour la promotion de tous les territoires de montagne : la valorisation d'une montagne plurielle et accessible à tous afin d'accueillir de nouveaux visiteurs.

Cet été, **France Montagnes** s'est engagée aux côtés de la **Direction Action Régionale du groupe EDF en Auvergne-Rhône-Alpes** pour démontrer que les destinations d'altitude sont à la portée de toutes les bourses et accessibles en mobilité "bas carbone ».



Crédit photo : Alt'Unis ©Tom Gullmann

En juillet et en août, **sept familles** de la région lyonnaise ont été invitées grâce à un partenariat avec les associations **"Sport dans la Ville"** et **"Alliade Habitat"**. Elles ont

ainsi pu découvrir plusieurs destinations de montagne labelisées **Famille Plus** (Aussois, La Clusaz, Le Grand-Bornand et Val d'Isère) pour découvrir des facettes de la montagne qu'ils ne connaissaient pas.

Parents et enfants, entre 7 et 20 ans, ont rejoint les différentes destinations en train avant de finir leur trajet en véhicule électrique ou en transport en commun. Guidés par des professionnels, ces néo-vacanciers montagnards ont appréhendé le pastoralisme, la flore et la faune, la gestion de l'eau mais également les filières et activités locales.

Une belle façon de faire découvrir, le temps d'un week-end, toute la richesse des territoires de montagne et de vivre des expériences variées, susceptibles de donner à chacun l'envie de poursuivre la découverte et de revenir en montagne. « **La montagne, ça vous gagne !** »



Isabelle Védrine-André, déléguée régionale RSE EDF en Auvergne Rhône-Alpes

Cette action entre pleinement dans la politique RSE (responsabilité sociétale des entreprises) du groupe EDF. Elle permet à des jeunes venus de territoires voisins des montagnes de découvrir ces milieux qu'ils ne connaissent pas. Électricien très implanté dans les vallées et les montagnes, à travers nos ouvrages hydrauliques, nous soutenons cette initiative car elle donne aux parents et à leurs enfants les moyens de découvrir dans une ambiance ludique des milieux et des métiers qui enrichissent leurs parcours. C'est aussi et surtout l'apprentissage de la montagne dans toutes ses dimensions. Et lorsqu'on connaît mieux la montagne, on sait mieux la protéger.

Cécile Agnellet, directrice commerciale et marketing de la SATELC à La Clusaz

En montagne, la solidarité est une marque de fabrique. Lorsque La Clusaz a été sollicitée, elle a immédiatement répondu favorablement. Les familles sont notre cœur de cible en hiver et plus encore en été. Participer à cette initiative est un engagement porteur de sens. Les familles ont notamment sillonné notre espace immersif et interactif dans le centre du village, apprécié un spectacle sur le pastoralisme et partagé une randonnée guidée enseignant les secrets des fleurs de montagne, les ressources et le milieu naturels. Cet esprit de solidarité, nous souhaitons demain le valoriser plus encore afin de partager plus largement les attraits de la montagne et faire vivre une expérience à des publics qui en sont éloignés.

Jérémie Silva, directeur de l'Office de tourisme Intercommunal Haute Maurienne Vanoise

Les familles reçues à Aussois, une station expérimentée comme l'ensemble de la Haute Maurienne Vanoise par l'accueil des classes vertes et des classes de neige, ont appréhendé l'étendue des activités en montagne. Ce séjour offert répond aux valeurs d'entraide qui animent notre territoire. Il valorise l'histoire à travers l'effort de l'Esseillon, les restaurants, les refuges, les aménagements hydroélectriques mais aussi l'environnement et l'offre de loisirs sous un vent de fraîcheur bienvenue en pleine canicule. Le

visage réjoui des enfants nous laisse penser que ce sont sans doute nos vacanciers de demain, mais l'enjeu est ailleurs. C'est le choix de la générosité et du plaisir d'accueillir.

Fabien Loos, directeur général AEC vacances, à Saint-Jean de Sixt

Les vacances pour tous constituent notre ADN attendu que 40 à 50 % des familles ne partent que rarement voire jamais. Or nous avons envie d'ouvrir la montagne, milieu nullement réservé à une élite. J'ai donc mobilisé mes équipes pour bloquer des chambres afin d'accompagner cette proposition de sortir les habitants de leur quotidien. Cette initiative a d'intéressant qu'elle relève d'opérateurs dont ce n'est pas le fondement. Les vacanciers qui sont venus chez nous parlent désormais de revenir, alors qu'ils n'avaient jamais pensé à venir. Notre prochaine étape : éduquer au départ et rendre les gens autonomes pour décider de venir à la montagne.

Contact presse

Marie Lourdel - m.lourdel@france-montagnes.com - 06 69 62 22 51



À propos d'EDF

Acteur majeur de la transition énergétique, le groupe EDF est un énergéticien intégré, présent sur l'ensemble des métiers : la production, la distribution, le négoce, la vente d'énergie et les services énergétiques. Leader des énergies bas carbone dans le monde avec une production de 515 TWh décarbonée à 95 % et une intensité carbone de 26,5 gCO₂/kWh en 2025, le Groupe a développé un mix de production diversifié basé principalement sur l'énergie nucléaire et renouvelable (y compris l'hydraulique) et investi dans de nouvelles technologies pour accompagner la transition énergétique. La raison d'être d'EDF est de construire un avenir énergétique neutre en CO₂ conciliant préservation de la planète, bien-être et développement, grâce à l'électricité et à des solutions et services innovants. Le Groupe fournit de l'énergie et des services à environ 41 millions de clients ⁽¹⁾ et a réalisé un chiffre d'affaires de 113,3 milliards d'euros en 2025.

⁽¹⁾ Le portefeuille de clients est constitué de contrats électricité, gaz et services récurrents.

* Source ANMSM avec G2A

** Evolutions de nuitées juillet/août entre 2025 et 2019 pour le Panel Charme par G2A