REVENU PIERRE

MER MONTAGNE VACANCES

Tourisme

PRÉSENTATION

Le groupe MMV, second opérateur hôtelier dans les Alpes françaises est un spécialiste des Vacances Club à la Carte depuis plus de 30 ans.

Implantations exceptionnelles, hébergements de qualité, convivialité et séjours sur mesure, le groupe hôtelier mmv séduit grâce à une offre de séjours Club au meilleur prix.

Mais aussi une grande diversité de destinations estivales, réparties sur tout le territoire français. Provence – Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon, Aquitaine, Bretagne et Normandie…

Mmv fait rimer son nom avec Mes Meilleures Vacances, pour proposer à ses clients toutes les solutions de vacances Club à la carte.

Le groupe a su se consolider au fil des années, avec notamment l'entrée au capital de : Avenir Tourisme (Filiale de la Caisse des Dépôts) en 2005, puis un rapprochement avec le groupe PROMEO en 2013 et une levée de fonds de 9 millions d'euros en 2015.

LES POINTS FORTS

Le groupe mmv se positionne désormais parmi les 5 principaux gestionnaires de résidences de loisirs en France, et comme un acteur de référence de la gestion et du développement commercial de l'hébergement de tourisme.

*Les Sittelles, Hôtel Club mmv ***, Plagne Montalbert (73)*

*Les Terrasses d'Isola 2000, Résidence Club mmv *** (06)*

COORDONNÉES	
Siège	51, av. France d'Outremer - BP39 06700, Saint-Laurent-du-Var
Téléphone	04 92 12 65 30
Email	courrier@mmv.fr
Site Web	https://www.mmv.fr/
Siret	41192689200026
Marque	HÔTEL CLUB MMV RÉSIDENCE CLUB MMV

CHIFFRES CLÉS	
Création	1989
Chiffre d'affaires	61,36 M€ en 2018
Collaborateurs	+ 1100
Résidences	44
Lits	
Autre	Capital social : 4,44 M€

TOURISME ET MONTAGNES

Le domaine montagnard couvre officiellement 23% du territoire national.

On estime que le poids économique du tourisme en montagne représente 9 milliards d'euros de chiffre d'affaires, et la clientèle étrangère représente 30% de ce total. (Source : L'avenir de la montagne : un développement équilibré dans un environnement préservé, Rapport d'information de M. Jean-Paul AMOUDRY, fait au nom de la mission commune sur la politique de la montagnen° 15 tome II (2002-2003) - 9 octobre 2002)).
55% des investissements touristiques et 15% du Chiffre d'Affaire touristique national sont réalisés en montagne. (Source : Panorama du tourisme de la montagne édition 2012/2013 cahier n°2 : Emplois et retombées économiques)

La montagne présente un vaste potentiel de registres, et donc de produits touristiques, en lien avec la bi-saisonnalité de la destination et sa pluralité.

La saison "hiver", liée aux sports d'hiver, se concentre fortement sur les périodes de vacances scolaires et concerne un territoire plus étroit (en lien avec l'enneigement nécessaire à ce type de séjours).
La deuxième saison, essentiellement estivale (mais qui peut également se développer hors de la période liée aux congés d'été: printemps, automne, selon les territoires), est susceptible de concerner l'ensemble des territoires de montagne.
Concernant la saison "hiver", pour répondre à une demande accrue et évolutive, les stations de ski ont diversifié leurs offres, tout d'abord en proposant, en plus du ski alpin, d'autres pratiques comme le ski de fond, la balade en raquettes ou les promenades en chiens de traineaux....

Les cinq dernières années ont également vu l'offre hors-ski se développer dans les stations avec un accroissement des établissements proposant des soins de bien-être, du spa, un accent mis sur la gastronomie, le shopping et la vie nocturne (après-ski). Ceci pour répondre à une fréquentation accrue des familles, ou de groupes d'amis, prenant en compte les non skieurs. A noter que la période du printemps est propice à des séjours en stations, en témoigne l'augmentation de la part des séjours dans les domaines pendant cette période : 4.8 % pour 2015/2016 à 6.3 % des séjours en 2017. (Source : Indicateurs et analyses 2017 : Domaines skiables de France)