



Bilan de fin de saison

RÉALISÉ HIVER
2020



Val Cenis
Haute Maurienne
Vanoise



HIVER 2019/2020

SOMMAIRE

PAGE DE GARDE	p1.
SOMMAIRE	p2.
ANALYSE COMMENTÉE	p3.
LES CHIFFRES CLÉS - VOLUMÉTRIE & ÉVOLUTIONS	p4.
LES CHIFFRES CLÉS - SYNTHÈSE	p5.
LES CHIFFRES CLÉS - PERFORMANCES	p6.
FRÉQUENTATION GLOBALE DE LA STATION	p7.
RETOMBEES ECONOMIQUES	p8.
LES MARCHÉS (NATIONALITÉS) DES LITS PRO	p9.
JOURNÉES DE SKI & TAUX DE CONVERSION	p10.
COMPARATIF FRÉQUENTATION GLOBALE VERSUS TIR AU BUT (TAB)	p11.
AIDE AU PRICING - HIVER 2020/2021	p12.
PROGRAMMATION B2B - STATIONS DE CHARME	p13.
ENQUÊTE EXCLUSIVE G2A : LA MONTAGNE FACE AUX ENJEUX CLIMATIQUES & ENVIRONNEMENTAUX	p14.
TAUX D'OCCUPATION PAR TYPE D'HEBERGEMENT	p15.
REPARTITION DU TAUX D'OCCUPATION ENTRE LOCATAIRES & PROPRIETAIRES - RESIDENCES & AGENCES	p16.
LES CATÉGORIES D'HÉBERGEMENTS	p17.
LITS PRO	p18.
RESIDENCES DE TOURISME	p19.
HÔTELS	p20.
CLUBS & V.VACANCES	p21.
AGENCES IMMOBILIERES	p22.
LITS PÂP (DE PARTICULIER A PARTICULIER)	p23.
ANNEXES	p24.
CALENDRIER DES VACANCES SCOLAIRES	
CALENDRIER HIVER 2019/2020	p25.
CALENDRIER HIVER 2020/2021	p26.
METHODOLOGIE	p27.
LISTE DES REpondants	p28.

Une saison inédite impactée par la fermeture anticipée : l'impact sur votre destination

Cette saison d'hiver 2019/2020 est marquée par la fermeture anticipée des destinations touristiques de montagne dès la demande des autorités le samedi 14 mars 2020, afin de contenir la crise du Covid-19. **La station de Val Cenis enregistre une perte de -20,9% de nuitées par rapport à la saison dernière** (soit 208 900 nuitées en moins), ce qui s'explique essentiellement par la fermeture anticipée même si la destination était en léger retard de nuitées sur la période écoulée avant cette date (cf analyse à période constante, ci-après).

Entre fin novembre et mi-mars, le volume total de nuitées s'élève à 793 000 avec un pic sur la semaine du 15/02 (près de 96 000 nuitées soit 59% de taux de remplissage).

Sur les lits professionnels (près de 41% du total avec lits fermés), **la perte représente plus de 164 000 nuitées** (-25,8% vs N-1), accentuée par des pertes de lits côté agences immobilières et résidences de tourisme.

Le secteur des résidences de tourisme enregistre ainsi la plus forte baisse en volume (-79 419 nuitées vs N-1), alors que les agences immobilières présentent la plus forte baisse en pourcentage (-30,5% vs N-1). Les clubs et villages vacances présentent aussi une baisse importante de nuitées (-56 405 vs N-1) malgré un gain de lits par rapport à l'hiver dernier.

Sur les lits de particulier à particulier (près de 14% du total avec lits fermés), **la perte s'élève à -11,8% vs N-1** soit 18 221 nuitées en moins par rapport à l'hiver dernier. Cette perte est ainsi limitée par rapport aux lits pro, du fait de la hausse du nombre de lits pàp et du meilleur remplissage notamment sur l'intervacances de janvier.

Sur les lits non commercialisés (35% du total), cela représente une perte de plus de 26 000 nuitées (-12,5% vs N-1).

En matière de consommation de ski, la perte s'élève à -16% soit un manque à gagner de plus de 112 000 JS vendues en moins, ce qui s'explique à la fois par la fermeture anticipée et par une moins bonne performance en moyenne cet hiver par rapport à l'an dernier.

Toutes catégories de dépenses confondues (hors transport domicile / lieu de séjour), **les retombées économiques de cette saison d'hiver s'élèvent à plus de 63,4 millions d'euros** pour le territoire depuis le début de saison jusqu'à la fermeture anticipée. En lien avec la fermeture anticipée, **le manque à gagner en matière de retombées économiques peut être estimé à 19% de l'activité saisonnière, soit près de 15,3 millions d'euros**. Ce manque à gagner est proche de stations comme Les Contamines ou la vallée de Méribel (également 19%) mais inférieur à des destinations d'altitude comme Tignes (27%).

L'analyse à "période constante" vs N-1 : ce qu'aurait dû être la saison

Pour apporter un éclairage sur ce "qu'aurait dû être la saison", il s'agit d'analyser une période commune où la saison passée se termine à la même date que cette année, soit de la semaine 52 à 11.

A période constante, la fréquentation touristique de Val Cenis est en légère baisse par rapport à l'hiver dernier (-1,4% soit près de 11 000 nuitées en moins). Malgré un bon début de saison, notamment sur la semaine du Nouvel An (+6,6% de nuitées vs N-1) et l'intervacances de janvier (+4,8% vs N-1), c'est le solde des vacances d'hiver qui tire le volume global vers le bas, à l'instar de ce qui s'observe sur le massif alpin. Les deux semaines centrales ont plafonné mais la première semaine accueillant les franciliens a été pousive et la dernière semaine accueillant les vacanciers régionaux a été catastrophique avec des niveaux de remplissage similaires à un intervacances de janvier.

Les lits pro présentent sur cette même période un volume total de nuitées en baisse de -5,4% vs N-1, avec un recul plus marqué sur les vacances d'hiver (ex : -10,4% sur les hôtels et résidences de tourisme pour cette période). Les résidences de tourisme (21% des lits), malgré un stock en légère baisse, présentent d'assez bonnes performances en moyenne (-4,4% de nuitées au global soit une perte limitée par rapport aux autres catégories) à l'exception de la dernière semaine des vacances d'hiver. Les agences immobilières présentent la plus forte baisse à période constante (-11% de nuitées vs N-1), toujours en lien avec la perte de lits et un moins bon remplissage notamment sur l'intervacances de janvier. Toutefois cette catégorie présente des taux de remplissage très élevés (au-dessus de 80% sur les 3 premières semaines des vacances d'hiver). Les clubs et villages vacances affichent eux une baisse moins importante (-4,9% vs N-1), grâce au léger gain de lits par rapport à l'hiver dernier, mais avec des difficultés de remplissage cette saison sur les vacances de Noël / Nouvel An et les vacances d'hiver. Il y a eu un vrai décrochage sur ces deux périodes à enjeu.

Les lits de particulier à particulier affichent eux une progression de +8,5% de nuitées vs N-1, avec un volume de lits plus importants et un meilleur remplissage sur l'ensemble des périodes, en particulier sur l'intervacances de janvier (+31,3% vs N-1).

L'impact sur la consommation de ski

La consommation de journées de ski est impactée par la fermeture anticipée du domaine car ce sont plus de 112 000 JS qui n'ont pas été enregistrées par rapport à la saison dernière (591 081 vs 703 729 000 l'hiver dernier), soit une perte de -16%.

A période constante (S52 à S11), cela représente une légère baisse de -4,8% (soit 25 276 JS en moins), qui s'explique par le solde négatif sur les vacances d'hiver, plombé par la semaine du 29/02 au 06/03 (-40,6% vs 2019). **Le taux de conversion en nuitées s'élève à 64,3%, en légère baisse par rapport à l'hiver dernier (66,6%)**. **A l'instar du massif alpin, cette saison la consommation de ski a souffert sur les semaines à forte pression**. La destination a également souffert en matière de conso de ski sur l'intervacances de janvier.

**FORCES**

- * Un début de saison marqué par une progression de nuitées et de journées skieurs
- * La hausse de fréquentation sur la semaine du Nouvel An et l'intervacances de janvier (en lien avec la présence d'événements comme La Grand Odyssée en semaine 4 et le festival de l'accordéon en semaine 5)
- * La bonne performance des lits pàp (à période constante)

FAIBLESSES

- * La relative dépendance aux vacances d'hiver (35% sur H19 / 41% sur H20)
- * La perte de lits pro (agences immobilières et résidences de tourisme)
- * Les baisses de performances sur les VV

OPPORTUNITÉS

- * La présence d'opérateurs nationaux, atout pour la visibilité de la station
- * Le développement de la destination Haute Maurienne Vanoise
- * L'opération pilote de la tarification dynamique des forfaits de ski
- * Une destination avec un fonctionnement équilibré l'hiver et l'été

MENACES

- * Le poids des lits non commercialisés sur la destination
- * Les pertes engendrées par la crise du Covid-19 vont impacter le marché à court et moyen termes
- * La concurrence des lits pàp vs les secteurs pro.

PRÉCONISATIONS

Si le scénario de cet hiver était imprévisible, les contraintes inédites de cette saison d'hiver peuvent devenir un levier pour repenser les opportunités de demain :

- Mener un travail auprès de l'ensemble des acteurs de la destination pour répondre aux nouvelles exigences imposées par la situation actuelle
- Anticiper dès à présent la commercialisation de l'hiver prochain avec une attention particulière à la semaine 6 (du 6 au 12 février) dont le profil est identique à la semaine 10 de cette année (arrivées du 29/02) avec seule la zone A en vacances (animation des ventes, courts séjours, packages...)
- Engager des actions de court terme en faveur d'un tourisme relocalisé.
- Etre attentif à l'évolution des lits pro, notamment les fins de baux en résidence de tourisme
- Prendre un tournant engageant pour la destination autour d'un tourisme respectueux de son environnement. Cet axe sera fondamental du point de vue clients dans les années à venir

VAL CENIS

LES CHIFFRES CLÉS - VOLUMÉTRIE & ÉVOLUTIONS

LE STOCK

NOMBRE DE LITS

LES PERFORMANCES

TAUX DE REMPLISSAGE

LES RÉSULTATS

NOMBRE DE NUITÉES

PART D'ETRANGERS

	2019		2020		EVO LUTION		2019	2020		EVO LUTION		2019	2020		EVO LUTION	
	(en nb lits)	(en %)	(en nb lits)	(en %)	N/N-1	N/N-1		(en nb de nuitées)	(en %)	N/N-1	N/N-1		(en nb de nuitées)	(en %)	N/N-1	N/N-1
RESIDENCES DE TOURISME *	4 952	4 854	-98	-2,0%	52,2%	40,2%	-11,9	325 426	246 007	-79 419	-24,4%	23,9%	22,7%	-1,3		
HÔTELS	588	588	0	0,0%	40,5%	29,1%	-11,4	30 007	21 548	-8 459	-28,2%	22,4%	20,6%	-1,8		
AGENCES IMMOBILIERES *	940	887	-53	-5,6%	55,0%	40,5%	-14,5	65 192	45 276	-19 916	-30,5%	5,7%	5,2%	-0,6		
CLUBS & V.VACANCES	2 983	3 084	101	3,4%	57,3%	40,9%	-16,4	215 392	158 987	-56 405	-26,2%	9,1%	6,0%	-3,1		
LITS PRO	9 463	9 413	-50	-0,5%	53,3%	39,8%	-13,6	636 017	471 818	-164 198	-25,8%	17,0%	15,2%	-1,8		
LITS PAP (DE PARTICULIER A PARTICULIER)	3 069	3 224	155	5,1%	39,9%	33,5%	-6,4	154 445	136 224	-18 221	-11,8%					
LITS NON COMMERCIALISÉS	8 192	8 188	-4	0,0%	20,5%	17,9%	-2,6	211 438	184 958	-26 481	-12,5%					
LITS ENQUÊTÉS	23 155	23 155	0	0,0%	34,3%	27,2%	-7,2	1 001 900	793 000	-208 900	-20,9%					
DONT LITS FERMÉS	2 431	2 330	-101	-4,2%												

* OCCUPATIONS PROPRIETAIRES INCLUSES

	2019	2020	EVO LUTION
JOURNÉES DE SKI VENDUES	703 729	591 081	-16,0%
TAUX DE CONVERSION	70,2%	74,5%	4,3 pt(s)

	2019	2020
TAUX DE REPONSE DES ETABLISSEMENTS ENQUETES	91%	90%

LITS ENQUÊTÉS

CAPACITE DE LA STATION
(en nombre de lits touristiques)

23 155

FRÉQUENTATION

FREQUENTATION GLOBALE
(en nombre de nuitées)

SAISON H20 **793 000**

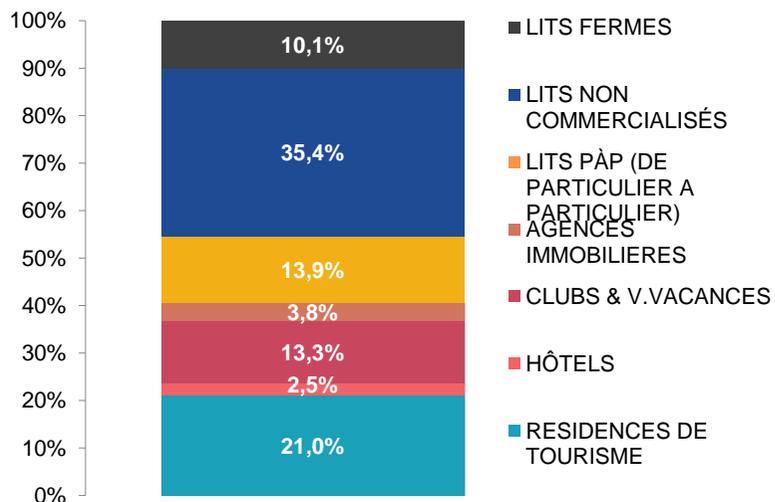
Perte estimée suite à la fermeture anticipée **200 900**

REPARTITION DES LITS STATION

PRO	PAP	NC
9 413	3 224	8 188
40,7%	13,9%	35,4%

Les lits fermés représentent 2 330 lits et 10,1% de la capacité station

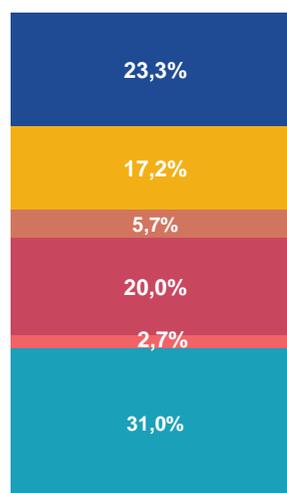
POIDS DES LITS PAR CATEGORIE



RENDEMENT DES LITS (en nombre de nuitées au lit)

LIT STATION		PRO	PAP	NC
34		50	42	23
RT	HO	VV	AI	
51	37	52	51	

POIDS DES NUITÉES PAR CATEGORIE

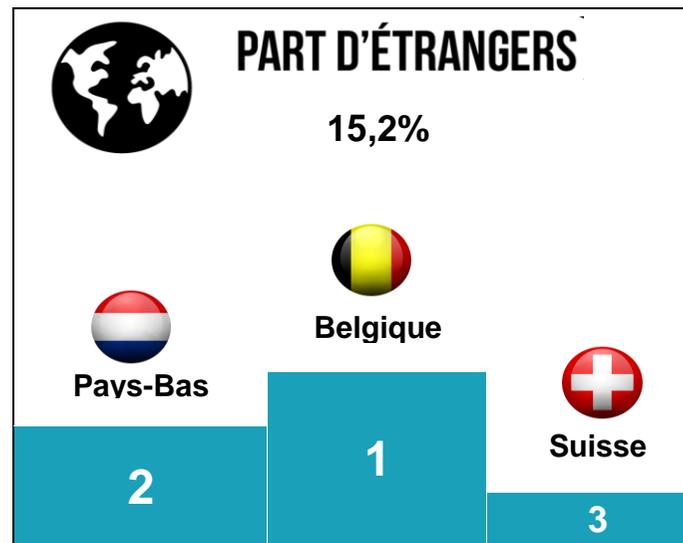


JOURNÉES SKIEURS

	NOMBRE DE JS	TAUX DE CONVERSION
SAISON H20	591 081	74,5%
AVANT FERMETURE ANTICIPÉE (S52-)	499 594	64,3%



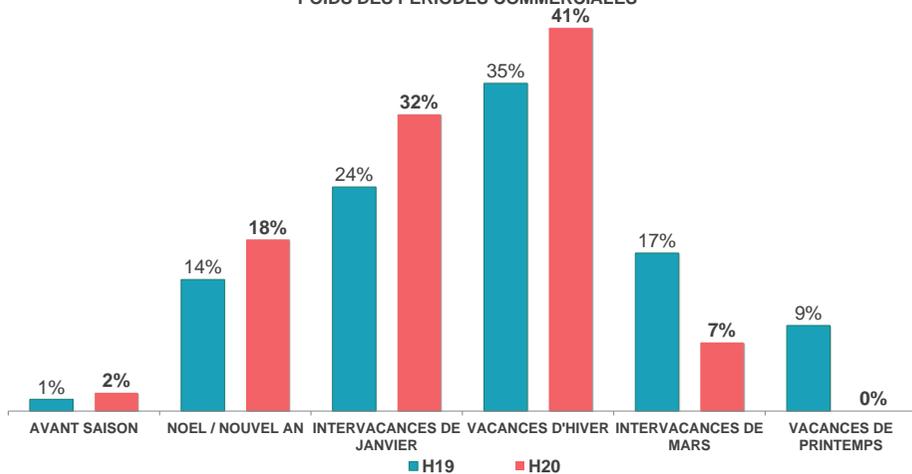
PART D'ÉTRANGERS



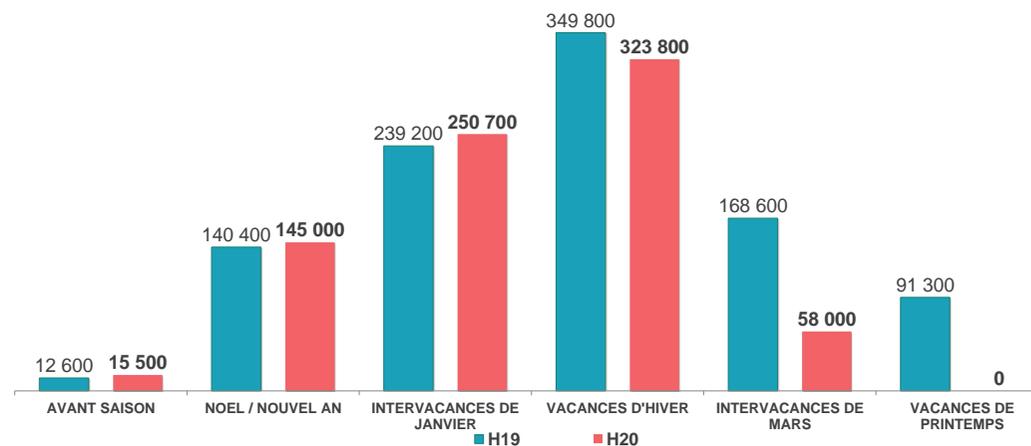
VAL CENIS
LES CHIFFRES CLÉS - PERFORMANCES

AVANT SAISON	NOEL / NOUVEL AN	INTERVACANCES DE JANVIER	VACANCES D'HIVER	INTERVACANCES DE MARS	VACANCES DE PRINTEMPS
23,0%	3,3%	4,8%	-7,4%		

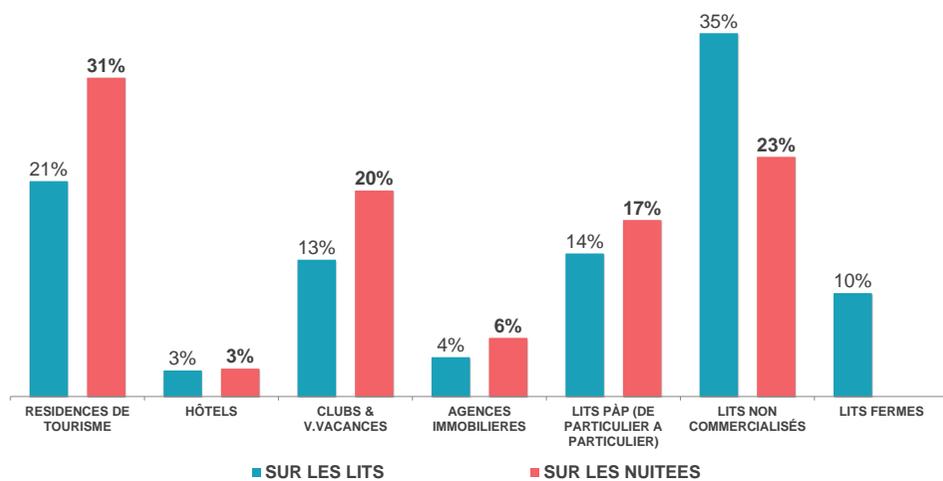
POIDS DES PERIODES COMMERCIALES



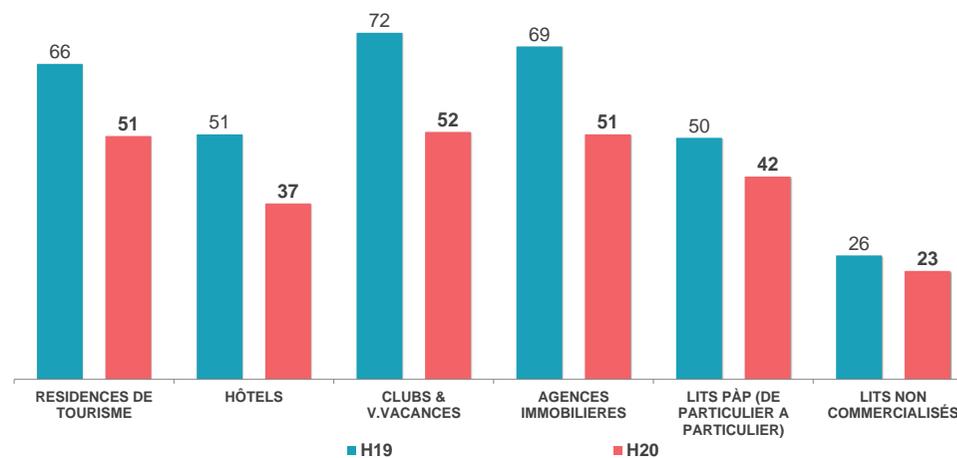
VOLUME DE NUITÉES PAR PÉRIODE COMMERCIALE



PART DE MARCHÉ - HIVER 2019/2020



NUITEES AU LIT - HIVER 2019/2020

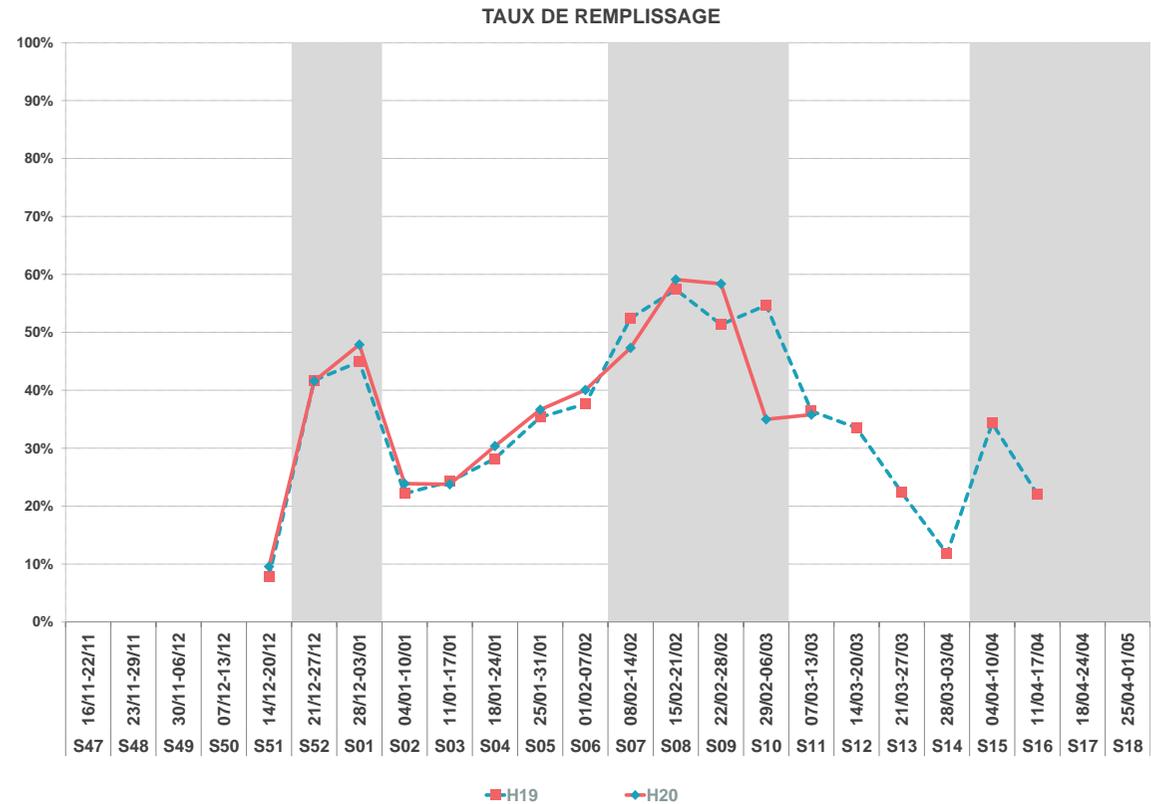


FRÉQUENTATION GLOBALE : LITS PRO + PAP + NON COMMERCIALISÉS

	❄️ 2019	❄️ 2020	
NOMBRE DE LITS	23 155	23 155	0,0%
NUITÉES AU LIT	43	34	-20,9%
TAUX DE REMPLISSAGE	34,3%	27,2%	-7,2 pt(s)



N° sem.	date	TAUX DE REMPLISSAGE		NUITÉES		Evo en %	EVO PERIODES COMMERCIALES (en %)
		H19	H20	H19	H20		
S47	16/11-22/11						
S48	23/11-29/11						
S49	30/11-06/12						
S50	07/12-13/12						
S51	14/12-20/12	8%	10%	12 600	15 500	23,0%	AVANT SAISON 23,0%
S52	21/12-27/12	42%	42%	67 600	67 400	-0,3%	NOEL - NOUVEL AN 3,3%
S01	28/12-03/01	45%	48%	72 800	77 600	6,6%	INTERVACANCES DE JANVIER 4,8%
S02	04/01-10/01	22%	24%	35 900	38 700	7,8%	
S03	11/01-17/01	24%	24%	39 300	38 500	-2,0%	
S04	18/01-24/01	28%	30%	45 700	49 200	7,7%	
S05	25/01-31/01	35%	37%	57 300	59 400	3,7%	
S06	01/02-07/02	38%	40%	61 000	64 900	6,4%	
S07	08/02-14/02	52%	47%	85 000	76 700	-9,8%	VACANCES D'HIVER -7,4%
S08	15/02-21/02	57%	59%	93 000	95 800	3,0%	
S09	22/02-28/02	51%	58%	83 200	94 600	13,7%	
S10	29/02-06/03	55%	35%	88 600	56 700	-36,0%	
S11	07/03-13/03	36%	36%	59 000	58 000	-1,7%	INTERVACANCES DE MARS
S12	14/03-20/03	34%	0%	54 300	0	-100,0%	
S13	21/03-27/03	22%	0%	36 200	0	-100,0%	
S14	28/03-03/04	12%	0%	19 100	0	-100,0%	
S15	04/04-10/04	34%	0%	55 600	0	-100,0%	VACANCES DE PRINTEMPS
S16	11/04-17/04	22%	0%	35 700	0	-100,0%	
S17	18/04-24/04						
S18	25/04-01/05						
TOTAL		34,3%	27,2%	1 001 900	793 000	-20,9%	EVOLUTION
AVANT FERMETURE ANTICIPEE *		40,5%	40,0%	788 400	777 500	-1,4%	



Aide à la lecture

Pour cette saison hivernale 2020, la station de VAL CENIS enregistre 793 000 nuitées pro + pap + non commercialisées sur l'ensemble de la période.
La semaine 08 est le pic de la saison avec un volume de 95 800 nuitées.
En moyenne, un lit station réalise 34 nuitées sur l'ensemble de la saison.
A date, la station de VAL CENIS enregistre une baisse de fréquentation de -20,9% (soit -208 900 nuitées) par rapport à l'année dernière.

* Les sommes et les moyennes sont calculées de la semaine 52 à la semaine 11

CALCUL DU CHIFFRE D'AFFAIRES GENEREE DEPUIS LE DEBUT DE SAISON JUSQU'A LA SEMAINE 11

Répartition des retombées économiques jusqu'à la semaine 11 (en euros)



CA ESTIME DU DEBUT DE SAISON JUSQU'À LA SEMAINE 11

63 443 365 €

81%

Méthodologie :

L'analyse des retombées économiques est une méthode qui permet d'estimer les dépenses touristiques réalisées sur la station ou le territoire à partir de multiples indicateurs (nb de lits et CA hébergement, nuitées réalisées, volume de JS, CA RM, Nb et CA moyen des restaurants, , nb de moniteurs de ski, nb et CA des magasins de sports ou de détail...). Les retombées économiques prennent en compte l'ensemble des dépenses des clients à l'exception du transport domicile / lieu de séjour.

Les retombées économiques de la semaine 12 (période de confinement) à la fin de saison sont extrapolées sur la base des nuitées attendues, prévues selon le "Tir au but".

CALCUL DU CHIFFRE D'AFFAIRES POTENTIEL DE LA SEMAINE 12 JUSQU'À LA FIN DE SAISON

Répartition des retombées économiques manquantes suite à la fermeture anticipée (en euros)



CA ESTIME DE LA SEMAINE 12 A LA FIN DE LA SAISON

15 295 174 €

19%

Les retombées économiques attendues sur l'ensemble de la saison d'hiver 2019/20 à Val Cenis peuvent être estimées à plus de 78,7 millions d'euros, pour l'ensemble des activités économiques directes de la destination.

Plus de 63,4 millions d'euros ont été enregistrés du début de saison jusqu'à la fermeture anticipée, soit 81% de l'activité.

Cela constitue donc un manque à gagner de près de 15,3 millions d'euros pour la destination qui peut être estimé en lien avec la fermeture anticipée, soit 19% de l'activité.

Ce manque à gagner est proche de stations comme Les Contamines ou la vallée de Méribel (également 19%) mais inférieur à des destinations d'altitude comme Tignes (27%).



JOURNÉES SKIEURS

Aide à la lecture
Pour cette saison hivernale 2020, la station de VAL CENIS enregistre 591 081 JOURNÉES DE SKI VENDUES sur l'ensemble de la période.
A date, la station de VAL CENIS enregistre une baisse de -16,0% par rapport à l'année dernière.

JOURNÉES DE SKI VENDUES

TAUX DE CONVERSION

N° sem.	date
S47	16/11-22/11
S48	23/11-29/11
S49	30/11-06/12
S50	07/12-13/12
S51	14/12-20/12
S52	21/12-27/12
S01	28/12-03/01
S02	04/01-10/01
S03	11/01-17/01
S04	18/01-24/01
S05	25/01-31/01
S06	01/02-07/02
S07	08/02-14/02
S08	15/02-21/02
S09	22/02-28/02
S10	29/02-06/03
S11	07/03-13/03
S12	14/03-20/03
S13	21/03-27/03
S14	28/03-03/04
S15	04/04-10/04
S16	11/04-17/04
S17	18/04-24/04
S18	25/04-01/05

H19	H20	Evo en %
66 069	74 715	13,1%
57 395	52 746	-8,1%
63 315	67 406	6,5%
18 266	21 795	19,3%
24 485	20 973	-14,3%
25 790	24 706	-4,2%
35 101	36 342	3,5%
36 231	33 637	-7,2%
57 383	47 739	-16,8%
60 800	64 371	5,9%
54 799	64 032	16,8%
56 304	33 432	-40,6%
35 001	32 415	-7,4%
34 606	16 772	-51,5%
19 373	0	-100,0%
8 356	0	-100,0%
32 922	0	-100,0%
17 533	0	-100,0%

EVO PERIODES COMMERCIALES (en %)
AVANT SAISON
NOEL - NOUVEL AN -0,5%
INTERVACANCES DE JANVIER -1,7%
VACANCES D'HIVER -8,6%
INTERVACANCES DE MARS
VACANCES DE PRINTEMPS

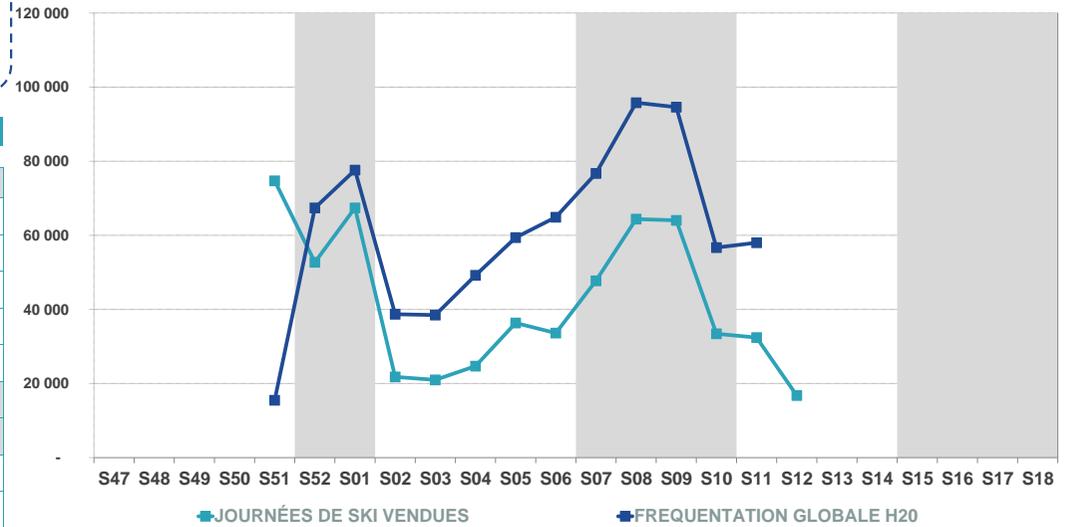
H19	H20
84,9%	78,3%
87,0%	86,9%
50,9%	56,3%
62,3%	54,5%
56,4%	50,2%
61,3%	61,2%
59,4%	51,8%
67,5%	62,2%
65,4%	67,2%
65,9%	67,7%
63,5%	59,0%
59,3%	55,9%
63,7%	0,0%
53,5%	0,0%
43,7%	0,0%
59,2%	0,0%
49,1%	0,0%

TOTAL	703 729	591 081	-16,0%	EVOLUTION
--------------	---------	----------------	---------------	------------------

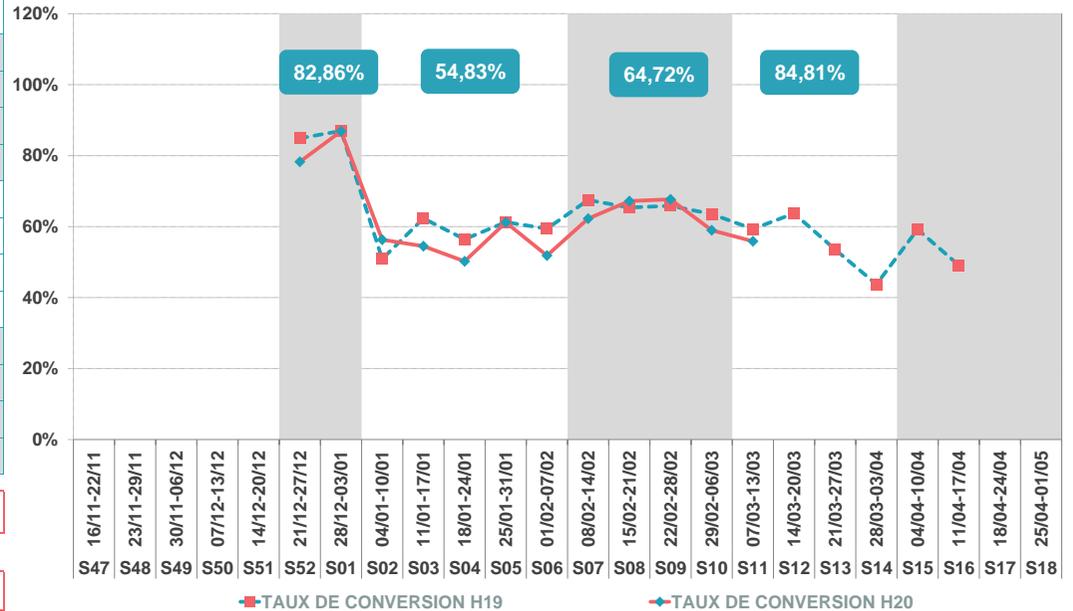
AVANT FERMETURE ANTICIPEE *	524 870	499 594	-4,8%	EVOLUTION
------------------------------------	---------	----------------	--------------	------------------

* Les sommes et les moyennes sont calculées de la semaine 52 à la semaine 11

NUITÉES & JOURNÉES DE SKI VENDUES



TAUX DE CONVERSION DES JOURNÉES DE SKI VENDUES



Le TIR AU BUT a été défini lors de chaque état des réservations. Il consiste à rajouter, aux nuitées enquêtées, les nuitées des futures réservations issues des lits pro et p ap ainsi que celles g en er es par les lits

Le nombre total de nuitées estim e lors des prévisionnels de décembre et février (1 000 000) est logiquement supérieur à celui r ealis e du fait de la fermeture anticipée (793 000).

A périmètre constant (S52   S11), l'écart entre le tir au but du 01/02 et le r ealis e s'élève à 500 nuitées, avec cependant une semaine sous-estim e (+ 4 500 nuitées sur la semaine du 11/01) et une autre légèrement surestim e (- 7 300 nuitées sur la semaine du 29/02).

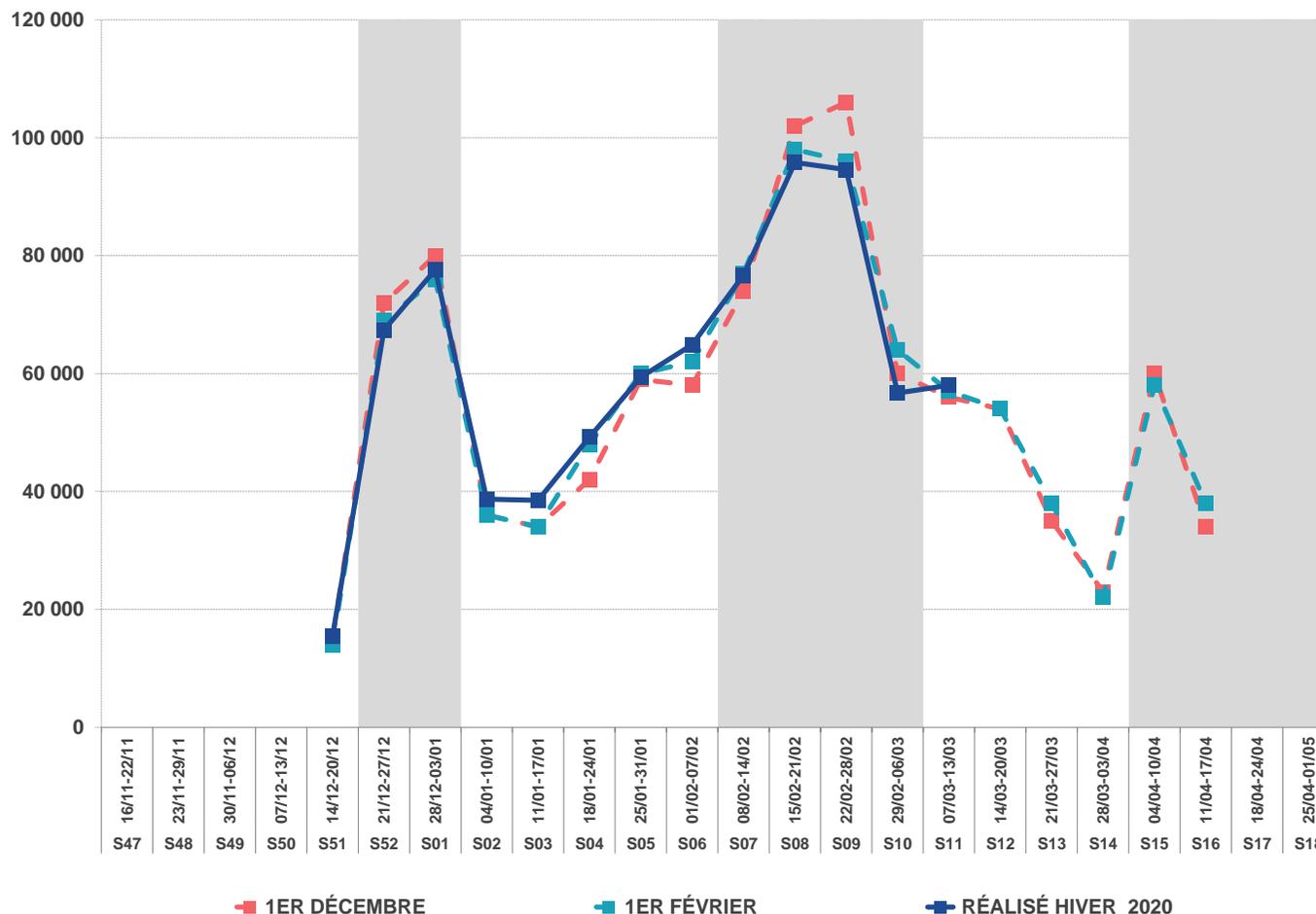
TIR AU BUT EN NUITÉES - HIVER

FRÉQUENTATION GLOBALE

N� sem.	date	AU 01/12	AU 01/02	RÉALISÉ HIVER 2020	ÉCARTS RÉALISÉ VS TAB AU 01/02
S47	16/11-22/11				
S48	23/11-29/11				
S49	30/11-06/12				
S50	07/12-13/12				
S51	14/12-20/12	15 000	14 000	15 500	1 500
S52	21/12-27/12	72 000	69 000	67 400	-1 600
S01	28/12-03/01	80 000	76 000	77 600	1 600
S02	04/01-10/01	36 000	36 000	38 700	2 700
S03	11/01-17/01	34 000	34 000	38 500	4 500
S04	18/01-24/01	42 000	48 000	49 200	1 200
S05	25/01-31/01	59 000	60 000	59 400	-600
S06	01/02-07/02	58 000	62 000	64 900	2 900
S07	08/02-14/02	74 000	77 000	76 700	-300
S08	15/02-21/02	102 000	98 000	95 800	-2 200
S09	22/02-28/02	106 000	96 000	94 600	-1 400
S10	29/02-06/03	60 000	64 000	56 700	-7 300
S11	07/03-13/03	56 000	57 000	58 000	1 000
S12	14/03-20/03	54 000	54 000	0	-54 000
S13	21/03-27/03	35 000	38 000	0	-38 000
S14	28/03-03/04	23 000	22 000	0	-22 000
S15	04/04-10/04	60 000	58 000	0	-58 000
S16	11/04-17/04	34 000	38 000	0	-38 000
S17	18/04-24/04				
S18	25/04-01/05				

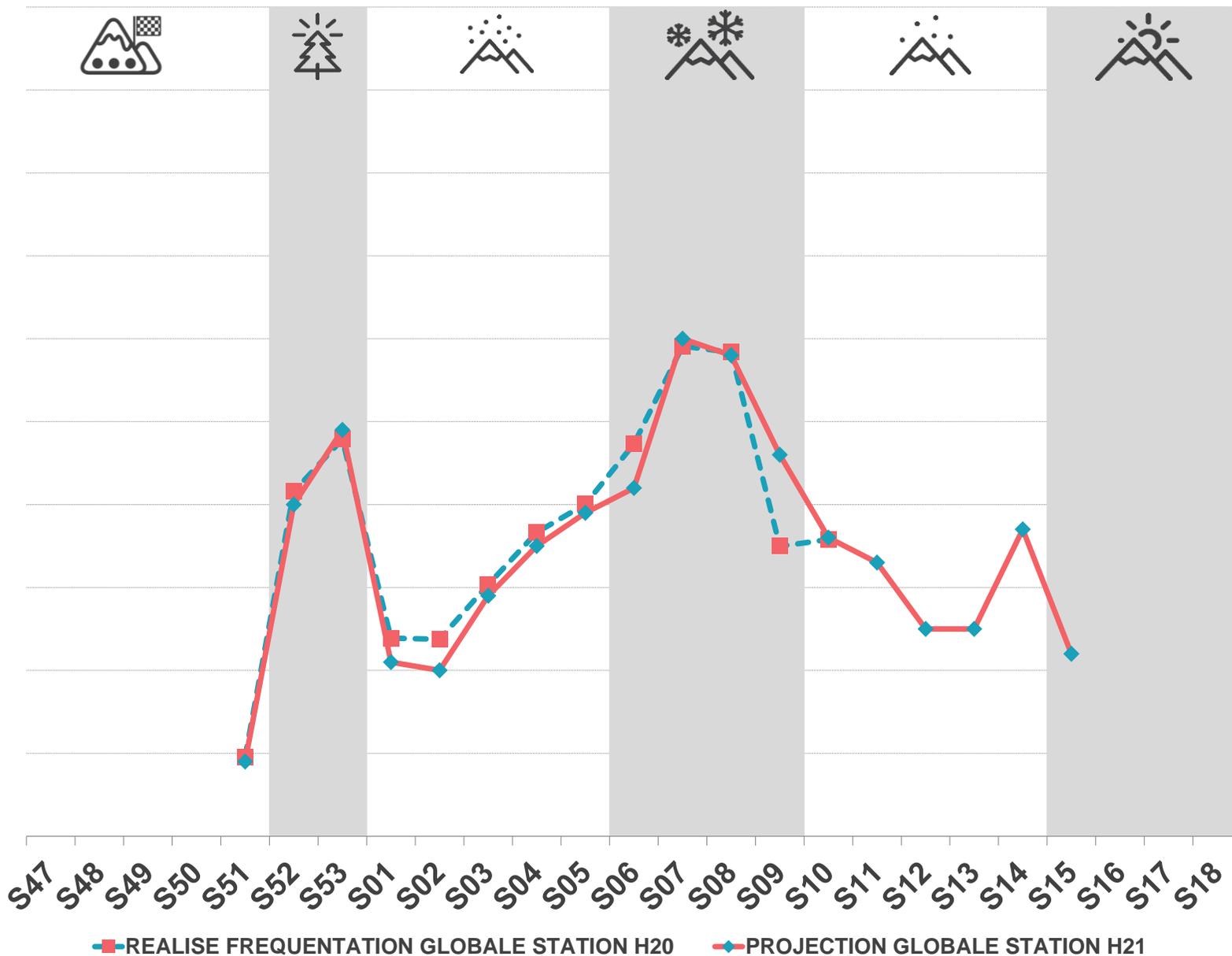
TOTAL	1 000 000	1 001 000	793 000
AVANT FERMETURE ANTICIPÉE *	779 000	777 000	777 500

FRÉQUENTATION GLOBALE H20 VERSUS TIR AU BUT



* Les sommes et les moyennes sont calcul es de la semaine 52 à la semaine 11

TAUX DE REMPLISSAGE



COMMENT EST FAITE L'AIDE AU PRICING ?

CALENDRIER
 DES VACANCES

MODELE
 DE LA STATION

COMMENT L'UTILISER ?

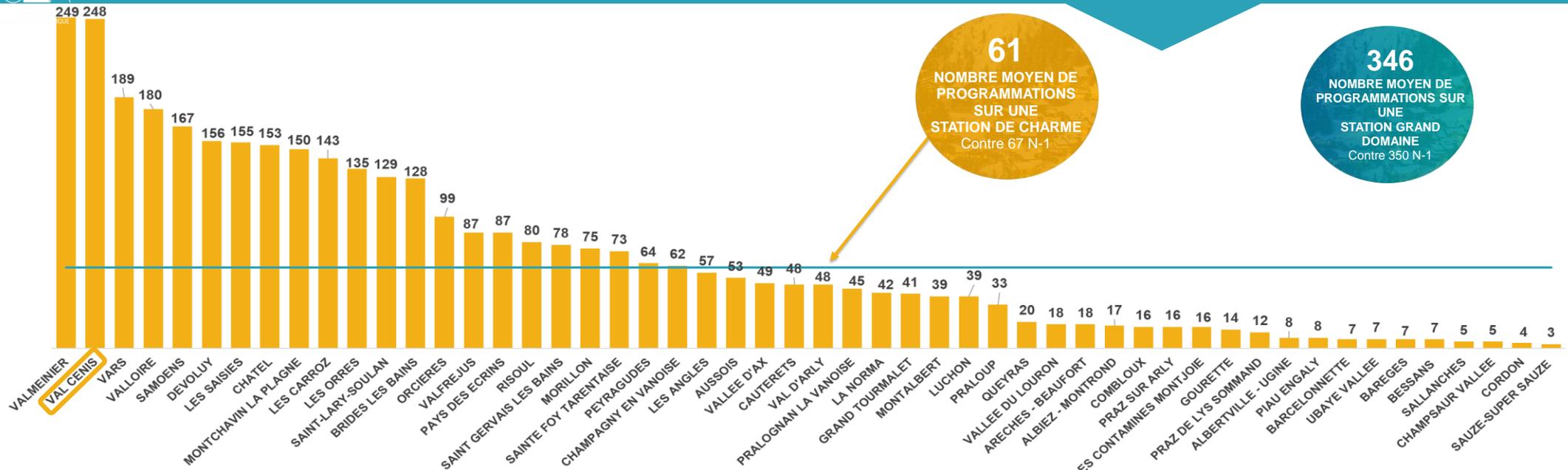
ANTICIPER
 UN PLAN D' ACTIONS

L'AIDE AU PRICING

Le meilleur « pricing », c'est le pricing le mieux préparé qui fait appel à la bonne lecture du calendrier des vacances et à votre propre modèle de recettes.

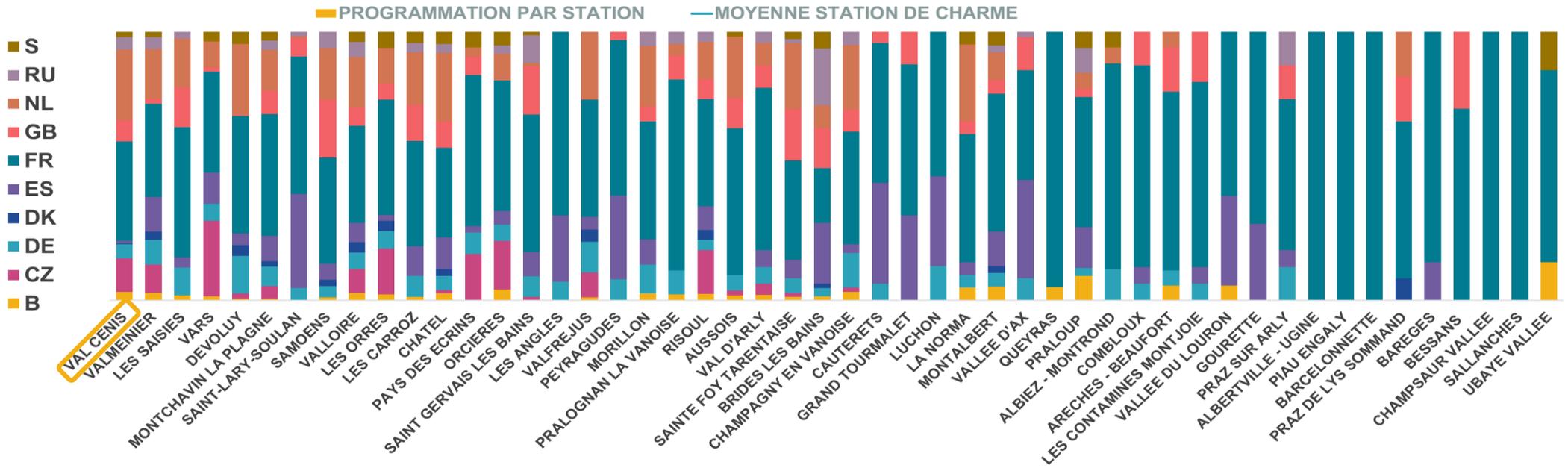
Le bon pricing, c'est celui aussi qui permet d'anticiper un plan d'actions en fonction des périodes identifiées comme faibles.

La bonne pratique, dès les premiers états de réservations stimuler un plan d'actions correctives (actions plutôt collectives pour avoir la plus grande efficacité en termes de communication / commercialisation)



61
 NOMBRE MOYEN DE PROGRAMMATIONS SUR UNE STATION DE CHARME
 Contre 67 N-1

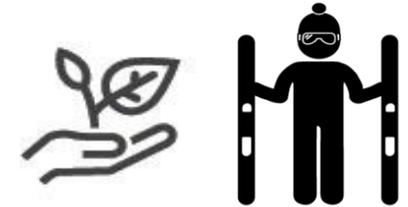
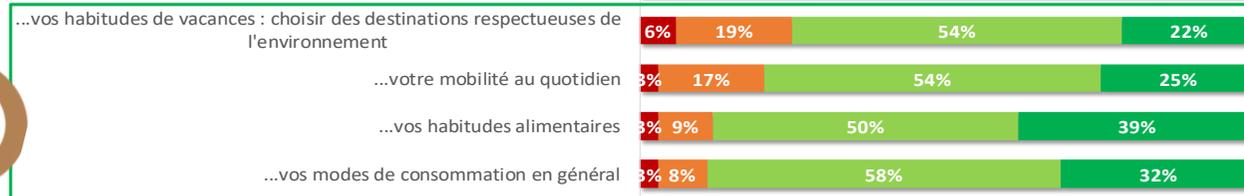
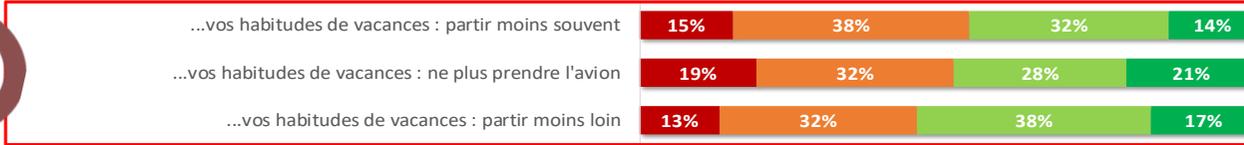
346
 NOMBRE MOYEN DE PROGRAMMATIONS SUR UNE STATION GRAND DOMAINE
 Contre 350 N-1



PART DE PROGRAMMATION PAR STATION ET PAR NATIONALITE

Dans les prochaines années, en lien avec les problématiques environnementales et les changements climatiques, envisagez-vous de faire évoluer...

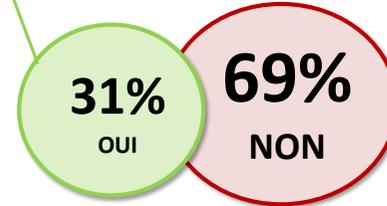
■ Pas du tout d'accord ■ Pas d'accord ■ D'accord ■ Tout à fait d'accord



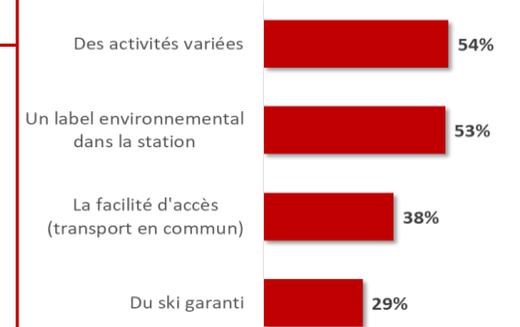
Votre **choix de destination** montagne est-il aujourd'hui orienté selon des **pratiques respectueuses** de l'environnement ?

Si oui, lesquelles ?

- « Déplacement en transport en commun. Lieu de résidence éco-lodge. Alimentation locale »
- « Choix de station de proximité, familiale, moins fréquentée »
- « Aller le moins loin possible, me déplacer sur site à pied ou en vélo, respecter les lieux, consommer le moins. »
- « Les activités natures telles que la randonnée »
- « Tourisme de proximité et vacances à vélo »
- « Destinations avec préservations faunes flores, parcs naturels, recyclage »



Si non, dans les années à venir en lien avec les problématiques environnementales et climatiques qu'est-ce qui **pourrait inciter votre choix** de destination ?



Source : Enquête G2A
 Administrée en ligne - Octobre 2019

Cible : Français partants ou non à la montagne en Hiver

Nombre de réponses : 1 112
 - 521 partants à la montagne (depuis au moins 2 ans)
 - 591 non partants à la montagne

Recueil : du 2 au 6 Octobre 2019

NB LOTS	H19	H20		RESIDENCES DE TOURISME	H19	H20		HÔTELS	H19	H20		CENTRES VILLAGES VACANCES	H19	H20		AGENCES	H19	H20		GLOBAL	H19	H20		LITS PÂP
	NB LITS	868			844	200			200	573			569	202			184	1 843			1 797	296		



N° sem.	date	RESIDENCES DE TOURISME			HÔTELS			CLUBS & V.VACANCES			AGENCES IMMOBILIERES			GLOBAL - LITS PRO			LITS PÂP							
		H19	H20	ECART EN PTS	H19	H20	ECART EN PTS	H19	H20	ECART EN PTS	H19	H20	ECART EN PTS	H19	H20	ECART EN PTS	H19	H20	ECART EN PTS					
S47	16/11-22/11																							
S48	23/11-29/11																							
S49	30/11-06/12																							
S50	07/12-13/12																							
S51	14/12-20/12	9%	9%	-0,2	14%	11%	-2,9	13%	12%	-0,8	10%	10%	0,1	11%	10%	-0,7	17%	20%	3,0					
S52	21/12-27/12	81%	81%	0,3	62%	46%	-16,0	48%	41%	-6,7	93%	91%	-1,3	70%	66%	-4,2	76%	82%	6,1					
S01	28/12-03/01	87%	95%	8,1	81%	82%	0,8	57%	54%	-3,0	97%	97%	-0,3	78%	81%	2,7	89%	91%	1,5					
S02	04/01-10/01	51%	54%	3,4	45%	38%	-7,0	43%	48%	4,4	48%	43%	-5,8	48%	49%	1,6	17%	17%	0,0					
S03	11/01-17/01	62%	58%	-3,7	35%	32%	-2,7	60%	53%	-7,0	58%	54%	-4,5	58%	53%	-4,8	24%	23%	-1,5					
S04	18/01-24/01	72%	71%	-0,7	50%	44%	-6,0	62%	64%	1,7	75%	69%	-6,5	67%	66%	-1,3	31%	55%	23,8					
S05	25/01-31/01	89%	93%	3,8	59%	57%	-1,6	63%	63%	0,2	81%	81%	-0,6	77%	78%	1,4	45%	61%	15,3					
S06	01/02-07/02	91%	91%	0,4	62%	76%	13,6	64%	68%	4,2	85%	81%	-4,8	79%	81%	2,3	50%	58%	7,6					
S07	08/02-14/02	92%	88%	-4,6	72%	68%	-4,5	77%	68%	-8,4	98%	95%	-2,8	86%	80%	-5,8	94%	66%	-27,9					
S08	15/02-21/02	96%	98%	2,7	84%	90%	6,1	83%	80%	-3,8	100%	97%	-2,6	91%	91%	0,3	96%	100%	4,4					
S09	22/02-28/02	95%	98%	3,7	83%	81%	-2,1	79%	75%	-3,8	96%	97%	1,1	89%	89%	0,3	76%	100%	24,2					
S10	29/02-06/03	97%	62%	-34,5	80%	51%	-28,7	78%	50%	-28,1	99%	78%	-21,1	89%	59%	-30,6	89%	62%	-27,0					
S11	07/03-13/03	92%	88%	-4,7	68%	71%	3,0	72%	59%	-12,8	90%	79%	-11,5	83%	76%	-7,3	63%	59%	-3,7					
S12	14/03-20/03	84%	0%	-83,8	73%	0%	-73,2	67%	0%	-67,0	88%	0%	-88,3	78%	0%	-77,9	58%	0%	-58,2					
S13	21/03-27/03	47%	0%	-46,9	46%	0%	-46,2	59%	0%	-59,3	55%	0%	-54,9	52%	0%	-51,6	28%	0%	-27,6					
S14	28/03-03/04	14%	0%	-13,6	29%	0%	-29,0	29%	0%	-28,7	27%	0%	-27,4	21%	0%	-21,5	12%	0%	-12,3					
S15	04/04-10/04	73%	0%	-72,9	32%	0%	-31,7	56%	0%	-55,7	61%	0%	-60,8	62%	0%	-61,8	44%	0%	-44,4					
S16	11/04-17/04	50%	0%	-50,1	67%	0%	-67,1	20%	0%	-20,5	67%	0%	-66,9	45%	0%	-44,6	42%	0%	-42,1					
S17	18/04-24/04																							
S18	25/04-01/05																							
TOTAL		71,2%	54,9%	-16,3	57,8%	41,4%	-16,4	57,3%	40,9%	-16,4	73,9%	53,9%	-20,0	65,7%	48,9%	-16,8	52,8%	44,0%	-8,8					
AVANT FERMETURE ANTICIPÉE *		83,7%	81,5%	-2,2	65,0%	61,2%	-3,8	65,6%	60,4%	-5,3	85,1%	80,0%	-5,1	76,2%	72,4%	-3,8	62,4%	64,3%	1,9					

* Les sommes et les moyennes sont calculées de la semaine 52 à la semaine 11



❄️ 2019 ❄️ 2020

NOMBRE DE LOTS 868 844
 NOMBRE DE LITS 4 952 4 854



❄️ 2019 ❄️ 2020

NOMBRE DE LOTS 202 184
 NOMBRE DE LITS 940 887



N° sem.	date
S47	16/11-22/11
S48	23/11-29/11
S49	30/11-06/12
S50	07/12-13/12
S51	14/12-20/12
S52	21/12-27/12
S01	28/12-03/01
S02	04/01-10/01
S03	11/01-17/01
S04	18/01-24/01
S05	25/01-31/01
S06	01/02-07/02
S07	08/02-14/02
S08	15/02-21/02
S09	22/02-28/02
S10	29/02-06/03
S11	07/03-13/03
S12	14/03-20/03
S13	21/03-27/03
S14	28/03-03/04
S15	04/04-10/04
S16	11/04-17/04
S17	18/04-24/04
S18	25/04-01/05

LOCATION		
H19	H20	ECART EN PTS
8%	8%	-0,3
71%	71%	-0,7
80%	87%	7,5
48%	51%	3,4
58%	54%	-3,9
67%	65%	-1,7
83%	85%	2,7
86%	86%	-0,3
88%	84%	-3,9
89%	91%	2,6
90%	91%	0,5
91%	56%	-34,5
85%	81%	-4,6
76%	0%	-75,7
41%	0%	-40,7
10%	0%	-9,7
67%	0%	-67,3
42%	0%	-41,6

PROPRIETAIRE		
H19	H20	ECART EN PTS
2%	2%	0,0
10%	11%	1,0
7%	8%	0,6
3%	3%	0,0
4%	4%	0,2
5%	6%	1,0
6%	8%	1,1
4%	5%	0,7
5%	4%	-0,7
7%	7%	0,1
4%	7%	3,2
6%	6%	0,0
7%	7%	-0,1
8%	0%	-8,1
6%	0%	-6,2
4%	0%	-3,9
6%	0%	-5,6
9%	0%	-8,5

GLOBAL		
H19	H20	ECART EN PTS
9%	9%	-0,2
81%	81%	0,3
87%	95%	8,1
51%	54%	3,4
62%	58%	-3,7
72%	71%	-0,7
89%	93%	3,8
91%	91%	0,4
92%	88%	-4,6
96%	98%	2,7
95%	98%	3,7
97%	62%	-34,5
92%	88%	-4,7
84%	0%	-83,8
47%	0%	-46,9
14%	0%	-13,6
73%	0%	-72,9
50%	0%	-50,1

LOCATION		
H19	H20	ECART EN PTS
5%	5%	0,5
70%	69%	-1,1
71%	69%	-1,7
31%	27%	-4,2
39%	35%	-4,9
53%	47%	-5,9
63%	62%	-0,7
68%	65%	-3,1
77%	85%	8,0
72%	75%	2,8
79%	74%	-5,5
85%	62%	-23,2
66%	59%	-7,7
63%	0%	-62,7
33%	0%	-33,4
10%	0%	-9,6
39%	0%	-39,2
41%	0%	-41,4

PROPRIETAIRE		
H19	H20	ECART EN PTS
5%	5%	-0,4
22%	22%	-0,2
26%	28%	1,3
17%	15%	-1,6
19%	19%	0,4
23%	22%	-0,6
18%	18%	0,1
17%	16%	-1,8
21%	10%	-10,8
28%	22%	-5,4
17%	24%	6,6
14%	16%	2,0
24%	20%	-3,9
26%	0%	-25,6
22%	0%	-21,6
18%	0%	-17,9
22%	0%	-21,6
26%	0%	-25,6

GLOBAL		
H19	H20	ECART EN PTS
10%	10%	0,1
93%	91%	-1,3
97%	97%	-0,4
48%	43%	-5,8
58%	54%	-4,5
75%	69%	-6,5
81%	81%	-0,7
85%	81%	-4,8
98%	95%	-2,8
100%	97%	-2,6
96%	97%	1,1
99%	78%	-21,2
90%	79%	-11,5
88%	0%	-88,3
55%	0%	-54,9
27%	0%	-27,4
61%	0%	-60,8
67%	0%	-66,9

TOTAL

65,5% **50,5%** -14,9

5,7% **4,3%** -1,4

71,2% **54,9%** -16,3

53,7% **40,7%** -12,9

20,2% **13,2%** -7,0

73,9% **53,9%** -20,0

AVANT FERMETURE ANTICIPEE *

77,9% **75,2%** -2,8

5,8% **6,4%** 0,6

83,7% **81,5%** -2,2

64,6% **60,7%** -3,9

20,5% **19,4%** -1,1

85,1% **80,0%** -5,1

* Les sommes et les moyennes sont calculées de la semaine 52 à la semaine 11



Les catégories d'hébergements

RÉALISÉ HIVER
2020



Val Cenis
Haute Maurienne
Vanoise



LITS PRO = RESIDENCES DE TOURISME + HÔTELS + CLUBS & VACANCES + AGENCES IMMOBILIERES



	2019	2020	
NOMBRE DE LITS	9 463	9 413	-0,5%
PART D'ETRANGERS	17,0%	15,2%	-1,8 pt(s)
TAUX DE REMPLISSAGE	53,3%	39,8%	-13,6 pt(s)
TAUX DE REPONSE	88%	87%	



TAUX DE REMPLISSAGE NUITÉES

N° sem.	date	H19	H20	H19	H20	Evo en %
S47	16/11-22/11					
S48	23/11-29/11					
S49	30/11-06/12					
S50	07/12-13/12					
S51	14/12-20/12	9%	9%	5 876	5 626	-4,3%
S52	21/12-27/12	57%	54%	37 814	35 759	-5,4%
S01	28/12-03/01	63%	66%	41 974	43 294	3,1%
S02	04/01-10/01	37%	39%	24 431	25 567	4,6%
S03	11/01-17/01	46%	42%	30 668	27 964	-8,8%
S04	18/01-24/01	52%	52%	34 657	34 421	-0,7%
S05	25/01-31/01	59%	60%	39 343	39 817	1,2%
S06	01/02-07/02	61%	62%	40 083	40 955	2,2%
S07	08/02-14/02	73%	69%	48 520	45 242	-6,8%
S08	15/02-21/02	78%	78%	51 569	51 284	-0,6%
S09	22/02-28/02	75%	76%	49 759	50 021	0,5%
S10	29/02-06/03	76%	50%	50 565	33 076	-34,6%
S11	07/03-13/03	65%	59%	43 232	38 791	-10,3%
S12	14/03-20/03	60%	0%	40 015	0	-100,0%
S13	21/03-27/03	41%	0%	27 407	0	-100,0%
S14	28/03-03/04	17%	0%	11 244	0	-100,0%
S15	04/04-10/04	54%	0%	35 653	0	-100,0%
S16	11/04-17/04	35%	0%	23 205	0	-100,0%
S17	18/04-24/04					
S18	25/04-01/05					

EVO PERIODES COMMERCIALES (en %)

AVANT SAISON
-4,3%

NOEL - NOUVEL AN
-0,9%

INTERVACANCES DE JANVIER
-0,3%

VACANCES D'HIVER
-10,4%

INTERVACANCES DE MARS

VACANCES DE PRINTEMPS

TAUX DE REMPLISSAGE



TOTAL	53,3%	39,8%	636 017	471 818	-25,8%	EVOLUTION
AVANT FERMETURE ANTICIPÉE *	62,0%	59,0%	492 616	466 192	-5,4%	

* Les sommes et les moyennes sont calculées de la semaine 52 à la semaine 11



TAUX DE REMPLISSAGE



NUITEES

	❄️ 2019	❄️ 2020	
NOMBRE DE LITS	4 952	4 854	-2,0%
PART D'ETRANGERS	23,9%	22,7%	-1,3 pt(s)
TAUX DE REMPLISSAGE	52,2%	40,2%	-11,9 pt(s)
TAUX DE REPONSE	100%	99%	



N° sem.	date	H19	H20	H19	H20	Evo en %
S47	16/11-22/11					
S48	23/11-29/11					
S49	30/11-06/12					
S50	07/12-13/12					
S51	14/12-20/12	7%	7%	2 326	2 281	-1,9%
S52	21/12-27/12	62%	63%	21 363	21 288	-0,4%
S01	28/12-03/01	66%	73%	22 844	24 811	8,6%
S02	04/01-10/01	34%	36%	11 845	12 383	4,5%
S03	11/01-17/01	42%	39%	14 392	13 278	-7,7%
S04	18/01-24/01	48%	48%	16 722	16 470	-1,5%
S05	25/01-31/01	60%	62%	20 719	21 170	2,2%
S06	01/02-07/02	61%	61%	21 103	20 773	-1,6%
S07	08/02-14/02	73%	69%	25 218	23 489	-6,9%
S08	15/02-21/02	76%	78%	26 220	26 418	0,8%
S09	22/02-28/02	75%	78%	25 915	26 401	1,9%
S10	29/02-06/03	76%	49%	26 452	16 665	-37,0%
S11	07/03-13/03	64%	61%	22 119	20 580	-7,0%
S12	14/03-20/03	58%	0%	20 046	0	-100,0%
S13	21/03-27/03	32%	0%	11 217	0	-100,0%
S14	28/03-03/04	9%	0%	3 248	0	-100,0%
S15	04/04-10/04	58%	0%	19 960	0	-100,0%
S16	11/04-17/04	40%	0%	13 717	0	-100,0%
S17	18/04-24/04					
S18	25/04-01/05					

TOTAL	52,2%	40,2%	325 426	246 007	-24,4%
--------------	-------	-------	---------	---------	--------

AVANT FERMETURE ANTICIPÉE* (S52-S11)	61,3%	59,8%	254 912	243 726	-4,4%
---	-------	-------	---------	---------	-------

Nuitées Locatives	299 301	226 525	-24,3%
Nuitées Propriétaires	26 123	19 482	-25,4%

ÉVO PERIODES COMMERCIALES (en %)
AVANT SAISON -1,9%
NOËL - NOUVEL AN 4,3%
INTERVACANCES DE JANVIER -0,8%
VACANCES D'HIVER -10,4%
INTERVACANCES DE MARS -100,0%
VACANCES DE PRINTEMPS -100,0%

EVOLUTION

Les nuitées locales représentent 92,1% des nuitées totales

TAUX DE REMPLISSAGE





TAUX DE REMPLISSAGE



NUITEES

	❄️ 2019	❄️ 2020	
NOMBRE DE LITS	588	588	0,0%
PART D'ETRANGERS	22,4%	20,6%	-1,8 pt(s)
TAUX DE REMPLISSAGE	40,5%	29,1%	-11,4 pt(s)
TAUX DE REPONSE	82%	75%	



N° sem.	date	H19	H20	H19	H20	Evo en %	PERIODES COMMERCIALES (en %)
S47	16/11-22/11						
S48	23/11-29/11						
S49	30/11-06/12						
S50	07/12-13/12						
S51	14/12-20/12	10%	8%	419	315	-24,7%	AVANT SAISON -24,7%
S52	21/12-27/12	45%	33%	1 851	1 358	-26,6%	NOEL - NOUVEL AN -13,0%
S01	28/12-03/01	58%	57%	2 393	2 332	-2,5%	
S02	04/01-10/01	32%	26%	1 325	1 089	-17,8%	
S03	11/01-17/01	25%	23%	1 031	937	-9,1%	
S04	18/01-24/01	37%	32%	1 514	1 323	-12,6%	INTERVACANCES DE JANVIER
S05	25/01-31/01	42%	40%	1 715	1 640	-4,3%	
S06	01/02-07/02	43%	52%	1 775	2 145	20,9%	
S07	08/02-14/02	50%	48%	2 059	1 985	-3,6%	
S08	15/02-21/02	63%	63%	2 610	2 596	-0,5%	VACANCES D'HIVER
S09	22/02-28/02	54%	56%	2 236	2 320	3,8%	
S10	29/02-06/03	60%	36%	2 462	1 493	-39,4%	
S11	07/03-13/03	47%	49%	1 936	2 013	4,0%	
S12	14/03-20/03	48%	0%	1 978	0	-100,0%	INTERVACANCES DE MARS
S13	21/03-27/03	32%	0%	1 320	0	-100,0%	
S14	28/03-03/04	18%	0%	750	0	-100,0%	
S15	04/04-10/04	22%	0%	899	0	-100,0%	
S16	11/04-17/04	42%	0%	1 738	0	-100,0%	VACANCES DE PRINTEMPS
S17	18/04-24/04						
S18	25/04-01/05						
TOTAL		40,5%	29,1%	30 007	21 548	-28,2%	EVOLUTION
AVANT FERMETURE ANTICIPÉE		46,4%	43,0%	22 906	21 233	-7,3%	

TAUX DE REMPLISSAGE



* Les sommes et les moyennes sont calculées de la semaine 52 à la semaine 11



	❄️ 2019	❄️ 2020	
NOMBRE DE LITS	2 983	3 084	3,4%
PART D'ETRANGERS	9,1%	6,0%	-3,1 pt(s)
TAUX DE REMPLISSAGE	57,3%	40,9%	-16,4 pt(s)
TAUX DE REPONSE	66%	66%	



N° sem.	date	TAUX DE REMPLISSAGE		NUITEES		Evo en %	EVO PERIODES COMMERCIALES (en %)
		H19	H20	H19	H20		
S47	16/11-22/11						
S48	23/11-29/11						
S49	30/11-06/12						
S50	07/12-13/12						
S51	14/12-20/12	13%	12%	2 671	2 584	-3,2%	AVANT SAISON -3,2%
S52	21/12-27/12	48%	41%	9 962	8 855	-11,1%	NOEL - NOUVEL AN -6,1%
S01	28/12-03/01	57%	54%	11 885	11 649	-2,0%	
S02	04/01-10/01	43%	48%	9 069	10 326	13,9%	
S03	11/01-17/01	60%	53%	12 610	11 522	-8,6%	
S04	18/01-24/01	62%	64%	13 005	13 812	6,2%	INTERVACANCES DE JANVIER
S05	25/01-31/01	63%	63%	13 211	13 695	3,7%	
S06	01/02-07/02	64%	68%	13 330	14 688	10,2%	4,6%
S07	08/02-14/02	77%	68%	16 020	14 742	-8,0%	
S08	15/02-21/02	83%	80%	17 434	17 212	-1,3%	VACANCES D'HIVER
S09	22/02-28/02	79%	75%	16 481	16 226	-1,6%	
S10	29/02-06/03	78%	50%	16 369	10 852	-33,7%	-11,0%
S11	07/03-13/03	72%	59%	15 078	12 823	-15,0%	
S12	14/03-20/03	67%	0%	13 982	0	-100,0%	INTERVACANCES DE MARS
S13	21/03-27/03	59%	0%	12 376	0	-100,0%	
S14	28/03-03/04	29%	0%	6 001	0	-100,0%	
S15	04/04-10/04	56%	0%	11 635	0	-100,0%	
S16	11/04-17/04	20%	0%	4 272	0	-100,0%	VACANCES DE PRINTEMPS
S17	18/04-24/04						
S18	25/04-01/05						

TOTAL	57,3%	40,9%	215 392	158 987	-26,2%	EVOLUTION
AVANT FERMETURE ANTICIPÉE *	65,6%	60,4%	164 455	156 403	-4,9%	

TAUX DE REMPLISSAGE



* Les sommes et les moyennes sont calculées de la semaine 52 à la semaine 11



Taux de remplissage propriétaires compris.



TAUX DE REMPLISSAGE



NUITEES

N° sem.	date	TAUX DE REMPLISSAGE		NUITEES		Evo en %	EVO PERIODES COMMERCIALES (en %)
		H19	H20	H19	H20		
S47	16/11-22/11						
S48	23/11-29/11						
S49	30/11-06/12						
S50	07/12-13/12						
S51	14/12-20/12	7%	7%	461	446	-3,3%	
S52	21/12-27/12	70%	69%	4 638	4 257	-8,2%	NOEL - NOUVEL AN
S01	28/12-03/01	74%	73%	4 851	4 502	-7,2%	
S02	04/01-10/01	33%	28%	2 193	1 769	-19,3%	INTERVACANCES DE JANVIER
S03	11/01-17/01	40%	36%	2 635	2 228	-15,5%	
S04	18/01-24/01	52%	45%	3 416	2 816	-17,6%	
S05	25/01-31/01	56%	53%	3 698	3 311	-10,5%	
S06	01/02-07/02	59%	54%	3 874	3 349	-13,6%	
S07	08/02-14/02	79%	81%	5 224	5 026	-3,8%	VACANCES D'HIVER
S08	15/02-21/02	81%	81%	5 305	5 058	-4,7%	
S09	22/02-28/02	78%	82%	5 127	5 074	-1,0%	
S10	29/02-06/03	80%	65%	5 282	4 066	-23,0%	
S11	07/03-13/03	62%	54%	4 099	3 374	-17,7%	
S12	14/03-20/03	61%	0%	4 010	0	-100,0%	INTERVACANCES DE MARS
S13	21/03-27/03	38%	0%	2 494	0	-100,0%	
S14	28/03-03/04	19%	0%	1 246	0	-100,0%	
S15	04/04-10/04	48%	0%	3 160	0	-100,0%	VACANCES DE PRINTEMPS
S16	11/04-17/04	53%	0%	3 478	0	-100,0%	
S17	18/04-24/04						
S18	25/04-01/05						

TOTAL	55,0%	40,5%	65 192	45 276	-30,5%	EVOLUTION
AVANT FERMETURE ANTICIPÉE* (S52-S11)	63,8%	60,2%	50 343	44 830	-11,0%	

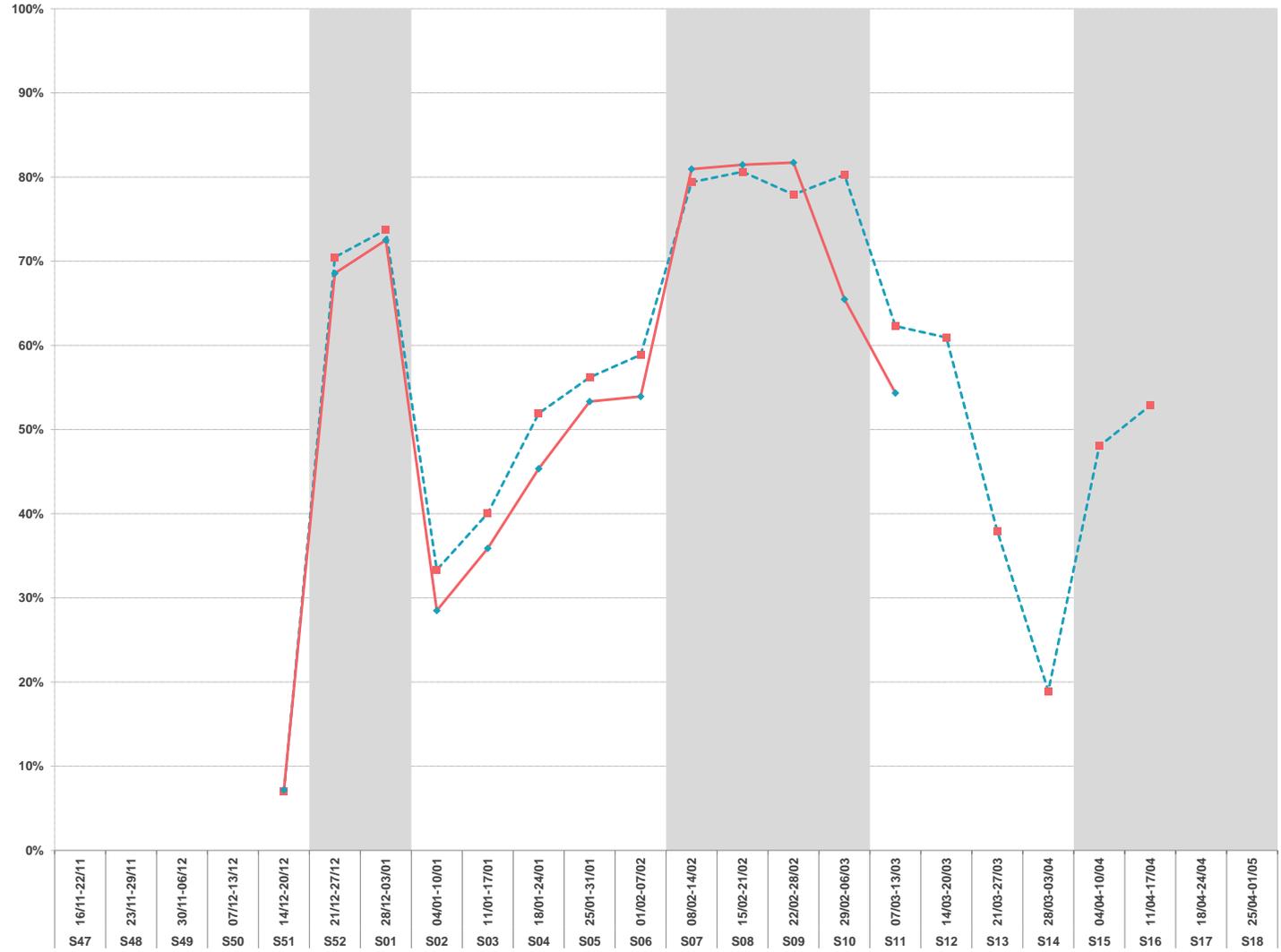
Nuitées Locatives	47 531	34 388	-27,7%
Nuitées Propriétaires	17 664	10 890	-38,3%

Les nuitées locatives représentent 76,0% des nuitées totales

	❄️ 2019	❄️ 2020	
NOMBRE DE LITS	940	887	-5,6%
PART D'ETRANGERS	5,7%	5,2%	-0,6 pt(s)
TAUX DE REMPLISSAGE	55,0%	40,5%	-14,5 pt(s)
TAUX DE REPONSE	100%	100%	



TAUX DE REMPLISSAGE



■ H19 ◆ H20



LITS PÂP = C2C



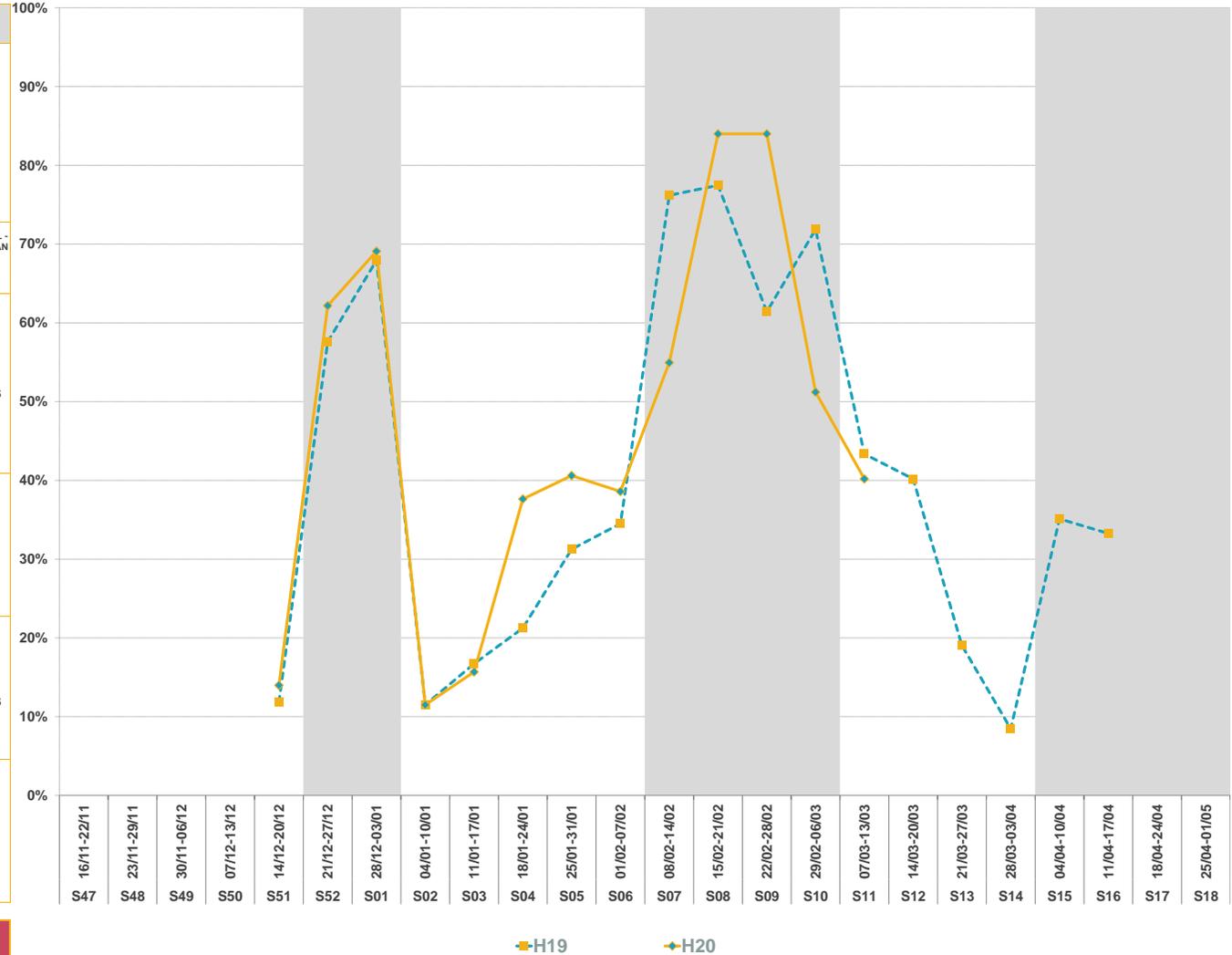
	❄️ 2019	❄️ 2020	
NOMBRE DE LITS	3 069	3 224	5,1%
NUITEES AU LIT	50	42	-16,0%
TAUX DE REMPLISSAGE	39,9%	33,5%	-6,4 pt(s)
TAUX DE REPONSE	100%	100%	

TAUX DE REMPLISSAGE NUIITEES

N° sem.	date	TAUX DE REMPLISSAGE		NUIITEES		Evo en %	EVO PERIODES COMMERCIALES (en %)
		H19	H20	H19	H20		
S47	16/11-22/11						
S48	23/11-29/11						
S49	30/11-06/12						
S50	07/12-13/12						
S51	14/12-20/12	12%	14%	2 545	3 156	24,0%	AVANT SAISON 24,0%
S52	21/12-27/12	58%	62%	12 373	14 033	13,4%	NOEL - NOUVEL AN 9,9%
S01	28/12-03/01	68%	69%	14 596	15 592	6,8%	
S02	04/01-10/01	12%	12%	2 472	2 595	5,0%	INTERVACANCES DE JANVIER 31,3%
S03	11/01-17/01	17%	16%	3 591	3 539	-1,5%	
S04	18/01-24/01	21%	38%	4 563	8 494	86,2%	VACANCES D'HIVER 0,4%
S05	25/01-31/01	31%	41%	6 716	9 163	36,4%	
S06	01/02-07/02	35%	39%	7 412	8 709	17,5%	INTERVACANCES DE MARS -100,0%
S07	08/02-14/02	76%	55%	16 368	12 401	-24,2%	
S08	15/02-21/02	77%	84%	16 641	18 957	13,9%	VACANCES DE PRINTEMPS
S09	22/02-28/02	61%	84%	13 193	18 957	43,7%	
S10	29/02-06/03	72%	51%	15 438	11 557	-25,1%	
S11	07/03-13/03	43%	40%	9 313	9 070	-2,6%	
S12	14/03-20/03	40%	0%	8 632	0	-100,0%	
S13	21/03-27/03	19%	0%	4 088	0	-100,0%	
S14	28/03-03/04	8%	0%	1 817	0	-100,0%	
S15	04/04-10/04	35%	0%	7 543	0	-100,0%	
S16	11/04-17/04	33%	0%	7 145	0	-100,0%	
S17	18/04-24/04						
S18	25/04-01/05						

TOTAL	39,9%	33,5%	154 445	136 224	-11,8%	EVOLUTION
AVANT FERMETURE ANTICIPÉE*	47,6%	49,1%	122 674	133 068	8,5%	

TAUX DE REMPLISSAGE



* Les sommes et les moyennes sont calculées de la semaine 52 à la semaine 11



Annexes

RÉALISÉ HIVER
2020



Val Cenis
Haute Maurienne
Vanoise

CALENDRIER HIVER 2019/2020

Périodes commerciales	N° Semaine	FR	GB	NL	BE	LU	DE	ES	CH	IT	IR	RU	PL	CZ	SK	SL	NO	FI	DK	SW	USA	AU	BR	AS	TR	GR	
Début de saison	N° 48 23/11 au 29/11																										
	N° 49 30/11 au 06/12																										
	N° 50 07/12 au 13/12																										
	N°51 14/12 au 20/12																										
Vacances de Noël	N°52 21/12 au 27/12	A+B+C																									
	N°1 28/12 au 03/01/18	A+B+C	P																								
	N°2 04/01 au 10/01																										
	N°3 11/01 au 17/01																										
	N°4 18/01 au 24/01																										
	N°5 25/01 au 31/01																										
	N°6 01/02 au 07/02																										
	N°7 08/02 au 14/02	C	P																								
Vacances d'hiver	N°8 15/02 au 21/02	C+B	P	P (n)																							
	N°9 22/02 au 28/02	B+A		P (s)																							
	N°10 29/02 au 06/03	A																									
	N°11 07/03 au 13/03																										
	N°12 14/03 au 20/03																										
	N°13 21/03 au 27/03																										
	N°14 28/03 au 03/04																										
	N°15 04/04 au 10/04	C	P																								
Vacances de printemps	N°16 11/04 au 17/04	C+B																									
	N°17 18/04 au 24/04	A+B																									
	N°18 25/04 au 01/05	A																									

Zone A = Besançon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers
 Zone B = Aix Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg
 Zone C = Créteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles
 P= Partiel en fonction des zones

Quelques dates:
 Immaculée : dimanche 08 décembre 2019
 Noël : Mercredi 25 décembre 2019
 Jour de l'an: Mercredi 01 Janvier 2020
 Noël orthodoxe : Mardi 07 Janvier 2020
 Lundi de pâques : Lundi 13 Avril 2020
 Semaine sainte : Dimanche 5 avril au samedi 11 avril 2020
 Pâques orthodoxe : Dimanche 19 avril 2020

CALENDRIER HIVER 2020/2021

Périodes commerciales	N° Semaine	FR	GB	NL	BE	LU	DE	ES	CH	IT	IR	RU	PL	CZ	SK	SL	NO	FI	DK	SW	USA	AU	BR	AS	CHINE	JAPON	TR	GR	
Début de saison	N° 48 21/11 au 27/11																												
	N° 49 28/11 au 04/12																												
	N° 50 05/12 au 11/12							5/12-8/12		5/12-8/12																			
	N° 51 12/12 au 18/12																												
Vacances de Noël	N° 52 19/12 au 25/12	A+B+C																											
	N° 53 26/12 au 01/01	A+B+C																											
Vacances d'hiver	N° 1 02/01 au 08/01						P	06/01	P	06/01																			
	N° 2 09/01 au 15/01																												
	N° 3 16/01 au 22/01																												
	N° 4 23/01 au 29/01																												
	N° 5 30/01 au 05/02						P		P																				
	N° 6 06/02 au 12/02	A					P		P																				
	N° 7 13/02 au 19/02	A+C			P(s)			P		P																			
	N° 8 20/02 au 26/02	C+B			P(n+c)					P																			
	N° 9 27/02 au 05/03	B					Hamburg			P																			
	N° 10 06/03 au 12/03						Hamburg																						
N° 11 13/03 au 19/03																													
N° 12 20/03 au 26/03																													
N° 13 27/03 au 02/04																													
N° 14 03/04 au 09/04																													
N° 15 10/04 au 16/04	A	P					P																						
N° 16 17/04 au 23/04	A+C																												
N° 17 24/04 au 30/04	C+B																												
N° 18 01/05 au 07/05	B																												

Zone A = Besançon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers
 Zone B = Aix Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg
 Zone C = Créteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles
 P= Partiel en fonction des zones

Quelques dates:
 Immaculée : Mercredi 08 décembre 2020
 Noël : Vendredi 25 décembre 2020
 Jour de l'an : Vendredi 01 Janvier 2021
 Noël orthodoxe : Jeudi 7 Janvier 2021
 Lundi de pâques : Lundi 05 Avril 2021
 Semaine sainte : Dimanche 28 mars au samedi 03 avril 2021
 Pâques orthodoxe : Dimanche 2 mai 2021



G2A CONSULTING certifié iso 20252 conforme aux exigences de la norme

(ISO 20252 : conception, production et commercialisation de solutions pour la mesure des marchés en grande distribution, activité de conseil auprès des directions générales, marketing et commerciales)

L'analyse de la fréquentation touristique des lits de la station se fait de manière exhaustive :

- **Pour les lits pros** : par une interrogation des opérateurs soit en direct, soit via les opérateurs nationaux, soit via des passerelles automatisées.

- **Pour les lits pàp (location de particuliers à particuliers)** : par une collecte automatisée de recherche en ligne.

G2A développe avec des partenaires technologiques des robots analytiques (scroll) qui collectent et traitent de manière hebdomadaire un grand nombre de résultats issus des requêtes destinées à :

- Identifier la programmation de meublés sur les sites de locations de vacances de particulier à particulier,
- Dédoubler les offres des sites de locations de vacances de particuliers à particuliers + collecter l'information sur la volumétrie afférente (nombre de lits),
- Mesurer la performance de ces biens par une analyse des plannings sur les sites internet concernés.

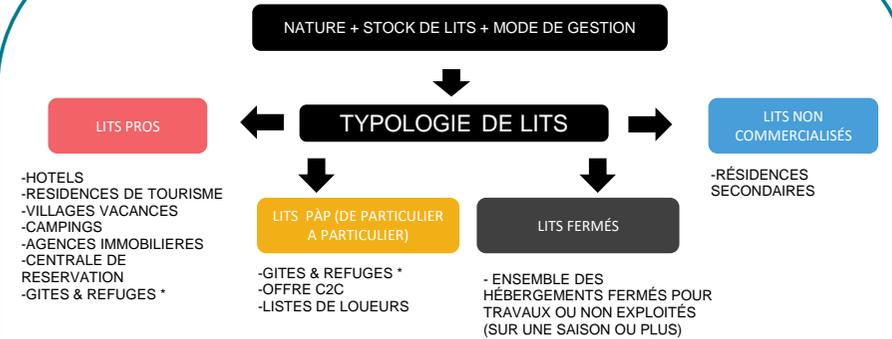
- **Pour les lits non commercialisés** : par la récolte d'indicateurs généraux comme la production d'ordures ménagères ou la consommation d'eau.

L'ensemble des collectes de données et des résultats présentés dans ce rapport sont effectués en respectant le principe de confidentialité.

Un hébergeur non répondant lors de l'enquête est estimé par la moyenne de son secteur.

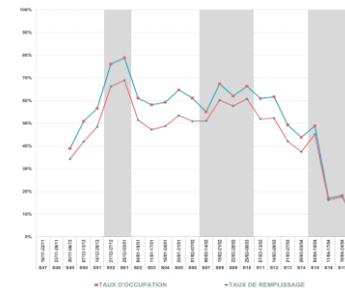
En début de saison, chaque hébergement est enquêté afin de connaître et de mettre à jour son stock.

LA CARTOGRAPHIE DES STOCKS DE LITS TOURISTIQUES EN STATION EST IMPACTANTE POUR LE MODELE ECONOMIQUE :



-GITES & REFUGES* : CLASSEMENT SELON LES TERRITOIRES

Quelle est la différence entre un taux d'occupation et un taux de remplissage?



- **Le taux d'occupation** indique l'occupation moyenne d'un hébergement (appartement ou chambre) sur une période donnée.

- **Le taux de remplissage** correspond au nombre de personnes séjournant dans ce bien par rapport à la capacité d'accueil totale.

Le taux de remplissage est généralement inférieur au taux d'occupation car un appartement ou une chambre est rarement occupé par le nombre de personnes maximum.

Exemple :

Une chambre de 4 personnes est occupée pendant 1 semaine complète:

- ➡ Taux d'occupation: 100%.
- ➡ 2 personnes y ont séjourné:
- ➡ Taux de remplissage: 50%.

Définitions :

Taux d'occupation : (Nombre de chambres ou d'appartements ou d'emplacements occupés / Nombre de chambres ou d'appartements ou d'emplacements offerts) X 100

Taux de remplissage : (Nombre de lits occupés / Nombre de lits offerts) X 100

AFIN DE RESPECTER LA CONFIDENTIALITE DES HEBERGEURS, LA SOCIETE G2A CONSULTING S'ENGAGE A NE DIFFUSER QUE LES SECTEURS PRESENTANT AU MOINS TROIS HEBERGEURS ET NE PERMETTANT PAS D'ISOLER LES RESULTATS D'UN HEBERGEUR EN PARTICULIER.

CENTRES VILLAGES VACANCES 66% de taux de réponse

	Rép	N. Rép
CENTRE EDELWEISS	X	
CLUB MMV LE VAL CENIS	X	
CENTRE ANJOU VANOISE	X	
AU PAYS DES LOUPS	X	
UCPA TELLIGO VAL CENIS	X	
CENTRE O.U DU LOIRET	X	
VVF VILLAGES	X	
UNCMT LES CARLINES	X	
UNCMT LES EDELWEISS/ LES GENTIANES	X	
NEIGE ET SOLEIL	X	
ARBA NEIGE		X
HOTEL CLUB VACANCIEL		X
CENTRE INTERNATIONAL DE SEJOUR		X
LES LAGOPEDES		X
AUBERGE DE JEUNESSE		X

RÉSIDENCES DE TOURISME 99% de taux de réponse

	Rép	N. Rép
RESIDENCE ESSART/ BONHEUR DES PISTES	X	
RESIDENCE LES BALCONS DE VAL CENIS LE HAUT	X	
RESIDENCE LES ALPAGES DE VAL CENIS	X	
RESIDENCE LGR LES VALMONTES DE VAL CENIS	X	
RESIDENCE CGH LES CHALETS LE FLAMBEAU	X	
RESIDENCE CRITERIUM	X	
RESIDENCE LE PETIT MONT CENIS	X	
RESIDENCE LES BALCONS DE VAL CENIS VILLAGE	X	
RESIDENCE TERMIGNON LES BALCONS DE LA VANOISE - Alpvision	X	
RESIDENCE LES MELEZES		X

HÔTELS 75% de taux de réponse

	Rép	N. Rép
HOTEL L'ETOILE DES NEIGES	X	
HOTEL L'ALPAZUR	X	
HOTEL LA TURRA	X	
HOTEL LA CLE DES CHAMPS	X	
HOTEL MARANATHA SAINT CHARLES		X
HOTEL LES MARMOTTES		X
HOTEL LA VIEILLE POSTE		X
HOTEL LE RELAIS DES 2 COLS		X

AGENCES 100% de taux de réponse

	Rép	N. Rép
AGENCE DESTINATION HAUTE MAURIENNE	X	
AGENCE MONTAGNE IMMOBILIER - LANSLEVILLARD	X	
AGENCE MAEVA.COM VALCENIS	X	

~ Vos contacts G2A ~

~ Votre référent G2A ~

Charlène BEQUET
Responsable des Chargés d'Études Marketing

 00 (33) 6 59 06 69 28
 charlene.bequet@g2a-consulting.fr

~ Contact G2A ~

Emilie MAISONNASSE
Directrice des études et de la communication

 00 (33) 6 73 33 20 90
 emilie.maisonnasse@g2a-consulting.fr

Hôtel d'entreprise Saturne
Parc D'activités Alpespace
112 voie Albert Einstein 73800
FRANCIN



www.g2a-consulting.fr

