



Haute
Maurienne
Vanoise



ANALYSES &
MARKETING TOURISTIQUE

OBSERVATOIRE DES PROFILS, COMPORTEMENTS ET SATISFACTION CLIENT

~ Résultats été 2019 ~

Sommaire

~ Rapport de fin de saison été 2018 ~

| | | |
|----------|--|---|
| 1 | LES OBJECTIFS ET METHODOLOGIE |  |
| 2 | LE PROFIL CLIENTS |  |
| 3 | CHOIX, RESERVATION ET HEBERGEMENT |  |
| 4 | LES ACTIVITES |  |
| 5 | JUGEMENT ET SATISFACTION CLIENTS |  |
| 6 | SYNTHESE |  |



1



OBJECTIFS ET METHODOLOGIE

Objectifs



✓ Caractériser les **profils** des clients en station

✓ Déterminer les **comportements** des clients en station

✓ Evaluer la **satisfaction** / la valeur perçue des services délivrés par la station



Méthodologie

Enquête **EN LIGNE & POST SEJOUR** auprès des vacanciers

Mobilisation des répondants :

- Post Facebook
- BDD Agence Destination Haute Maurienne
- BDD Agence Montagne Immobilier
- BDD Camping La Buidonnière
- BDD Centrales de réservation
- Newsletters

Période de recueil : 1er juillet 2019 – 20 septembre 2019



48%



8%



44%

Redressement des données : canal de réservation de l'hébergement, période commerciale (avec les données de fréquentation touristique)

(afin de s'assurer de la représentativité de l'échantillon)

Des éléments de comparaisons :

▪ Enquête HMV été 2018 

▪ Enquête HMV hiver 2018/19 



2

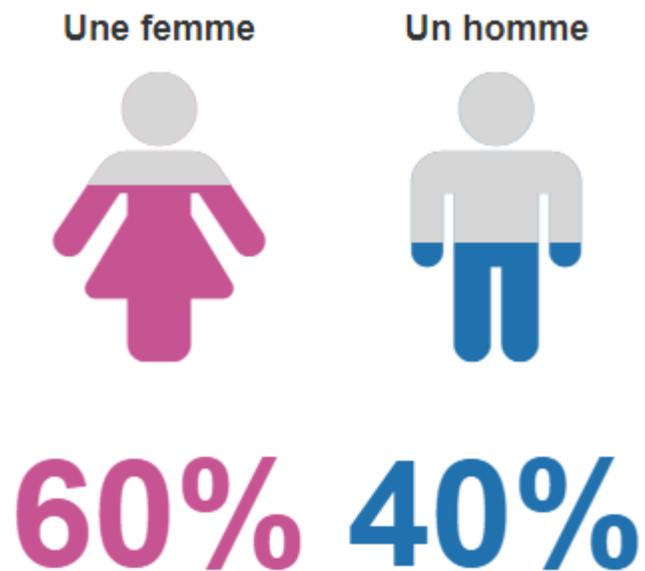


PROFIL CLIENTS

• PROFIL CLIENTS

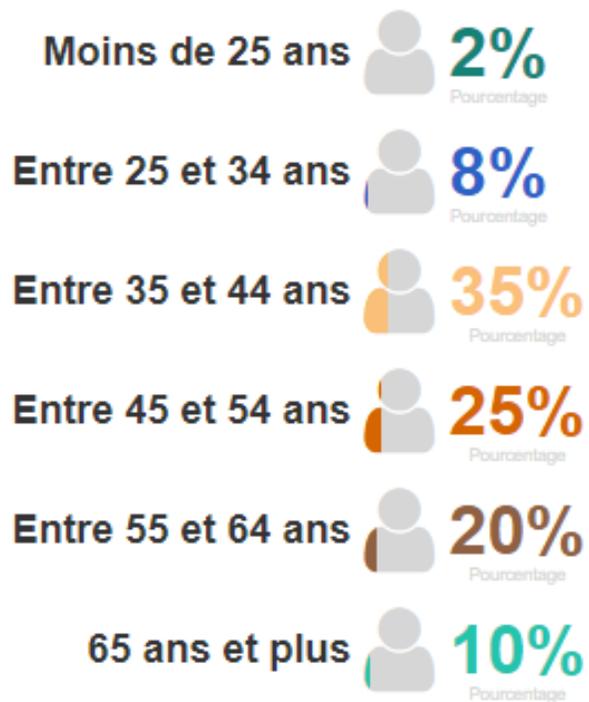
Sexe, âge et situation familiale

SEXE

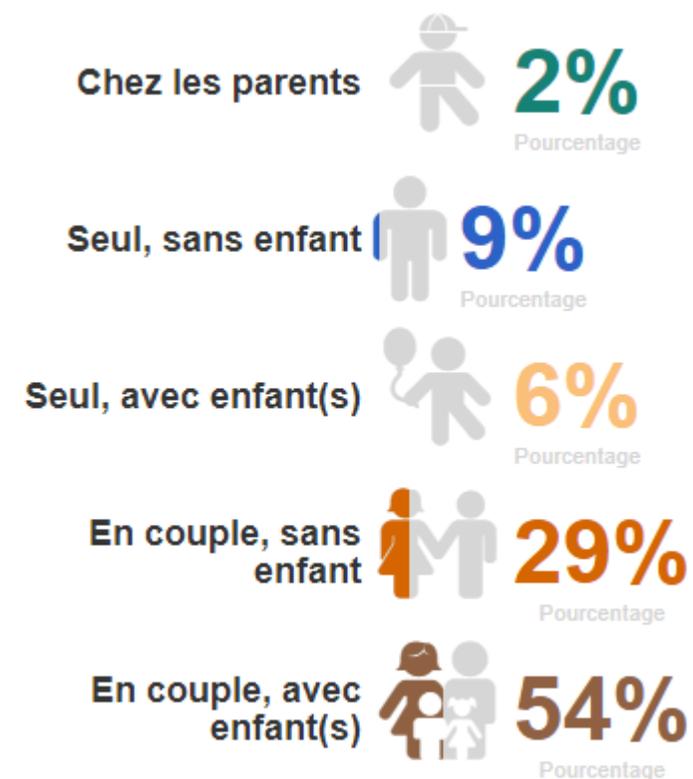


TRANCHE D'ÂGE

Moyenne d'âge : 47 ans



SITUATION FAMILIALE



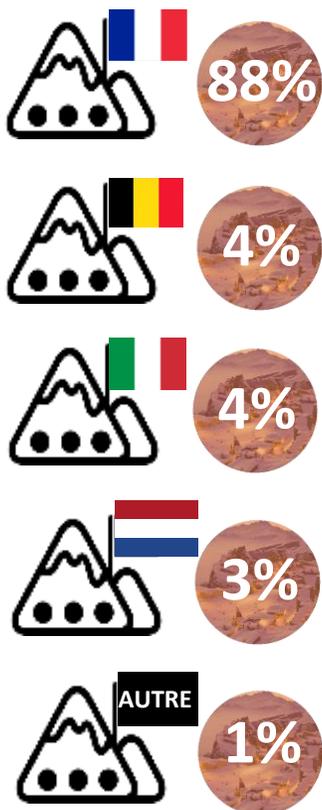
MOYENNE D'ÂGE : 48 ANS

MOYENNE D'ÂGE : 49 ANS

• PROFIL CLIENTS

Origine

PAYS D'ORIGINE

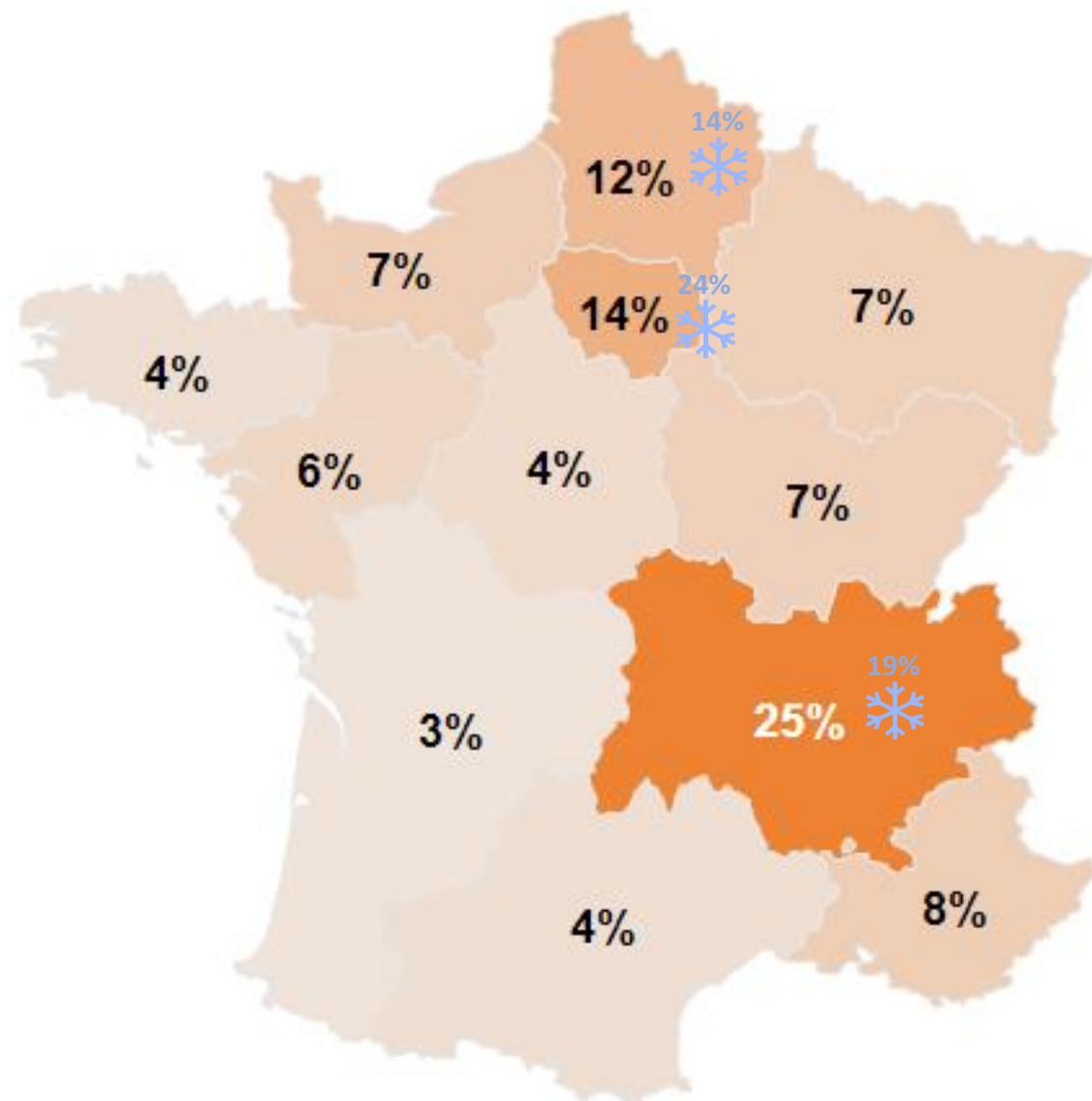


Un échantillon composé d'une majorité de français.

La principale région émettrice du marché français est la région de proximité Auvergne Rhône-Alpes (25%) pour cet été 2019, en lien en partie avec l'origine des propriétaires qui constituent une part non négligeable de la fréquentation estivale.

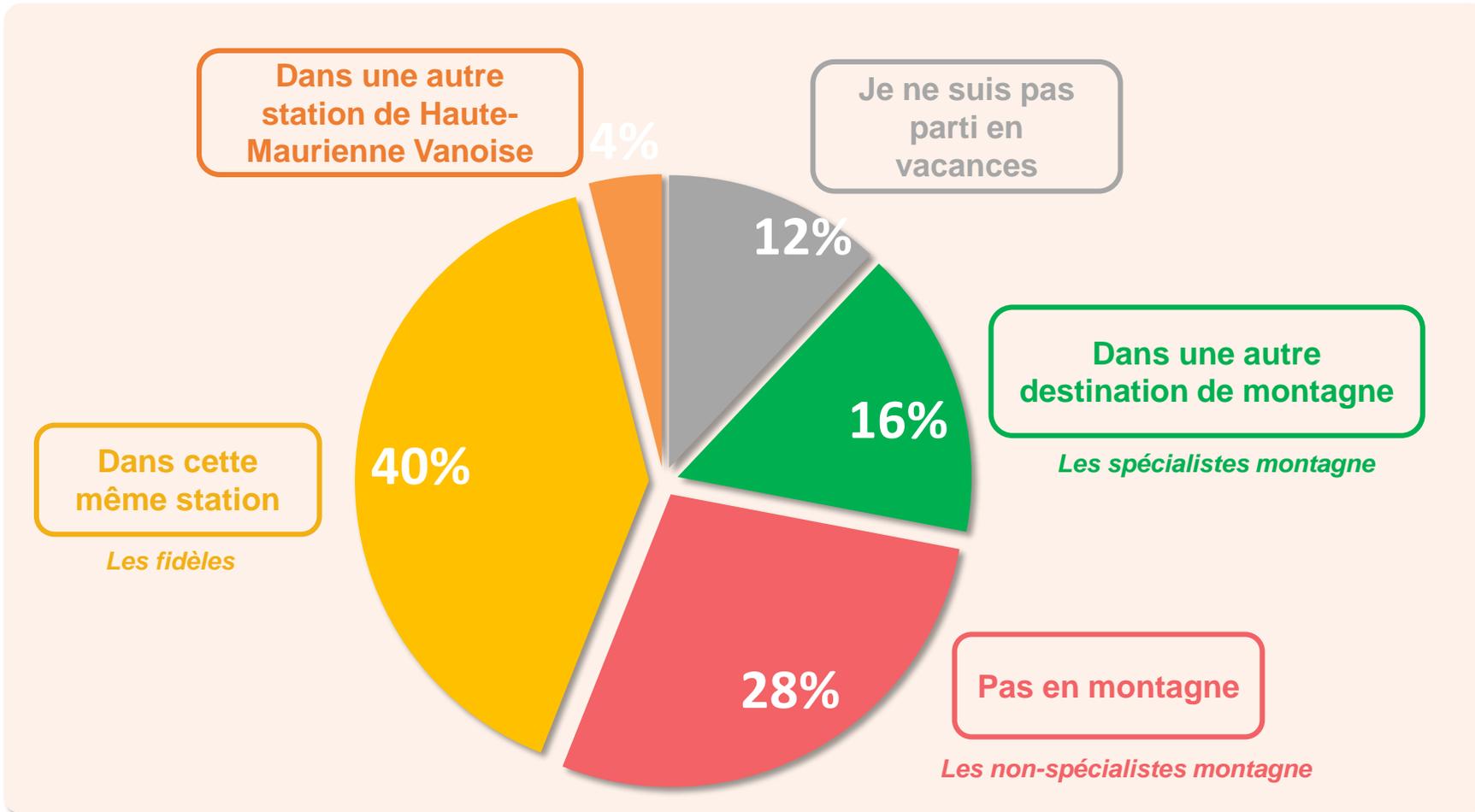
Les régions Hauts-de-France et Ile-de-France sont sous représentées dans la clientèle estivale : 12% des Hauts-de-France (14% en hiver) et 14% de l'Ile-de-France (24% en hiver). Un vrai travail de recrutement de clientèle estivale peut prendre appui sur une meilleure représentation sur ces 2 marchés (déjà conquis l'hiver).

REGION D'ORIGINE



Destination précédente

L'été dernier, en 2018, vous avez passé des vacances d'été...

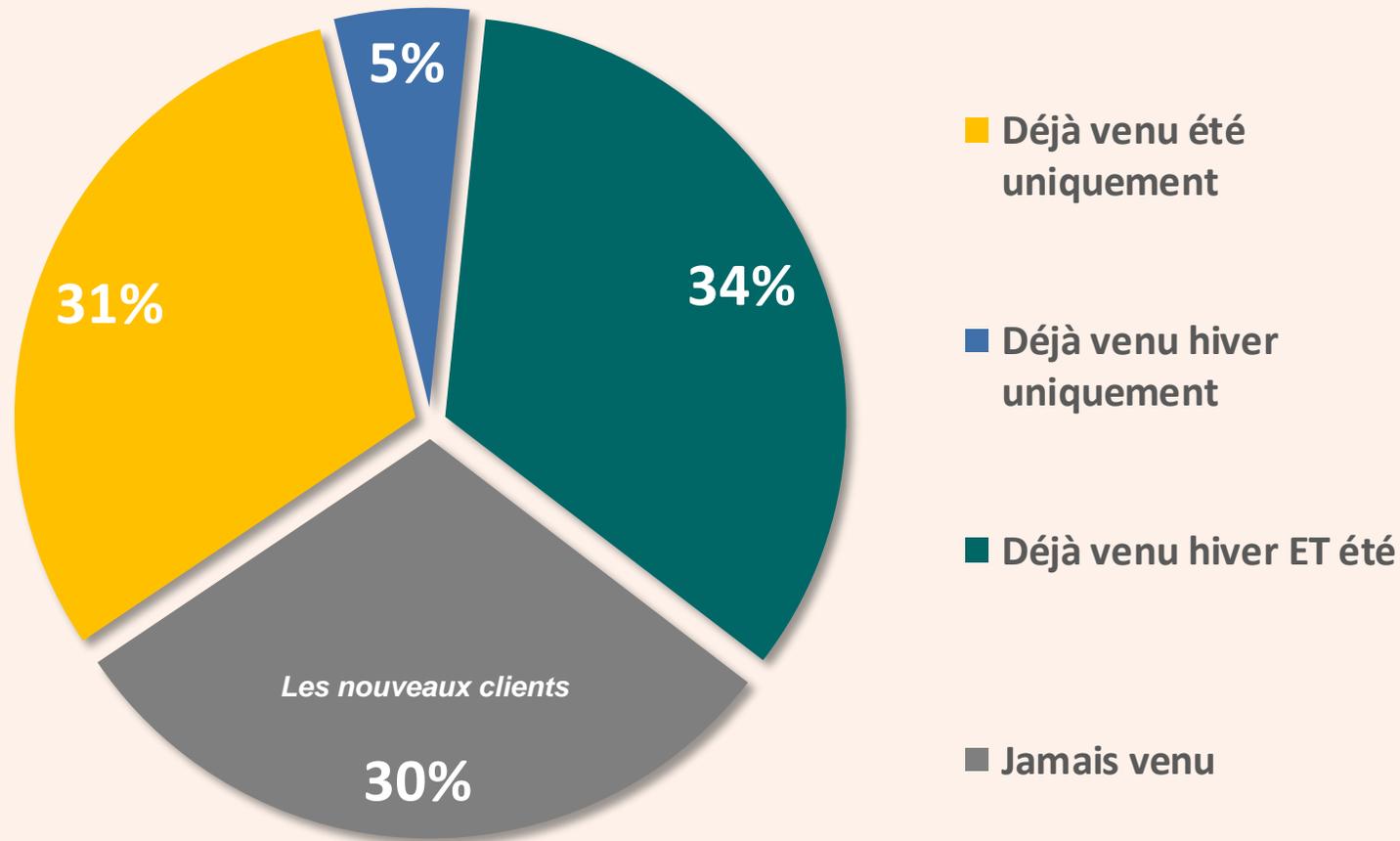


16% des séjournants en Haute-Maurienne Vanoise étaient dans une autre destination de montagne pour leurs vacances d'été 2018.

3 grands segments apparaissent se distinguant par leurs choix, leur consommation et leur jugement :

1. Les **fidèles** : étaient déjà en Haute-Maurienne Vanoise durant l'été 2018.
2. Les « **spécialistes montagne** » : ont l'habitude de la montagne en été, mais pas en Haute-Maurienne Vanoise.
3. Les « **non-spécialistes montagne** » : n'ont pas l'habitude de la montagne l'été.

Fidélité aux stations de Haute Maurienne Vanoise



30% des vacanciers présents en Haute-Maurienne Vanoise durant l'été 2019 n'étaient jamais venus auparavant, ni en été, ni en hiver.

En revanche, **plus d'un tiers** des vacanciers ont déjà séjourné en Haute-Maurienne Vanoise en été et en hiver.

Les stations de Haute-Maurienne Vanoise disposent d'un socle de clients fidèles mais arrive tout de même à renouveler une partie de sa clientèle chaque saison, ces « nouveaux clients » sont importants pour le territoire.

• PROFIL CLIENTS

Focus nouveaux clients

Globalement, les nouveaux clients sont des clients plutôt satisfaits mais qui ne reviendront pas forcément dans la station quelque soit la saison.

Une grande majorité de ces nouveaux clients sont venus via une agence de voyage en ligne (Booking, Expedia...) ou via une grande société d'hébergement.

Ces nouveaux clients viennent de la région de proximité ARA mais également de la région PACA pour 14% d'entre eux.

Malgré le fait qu'ils disposent d'un revenu légèrement inférieur à la moyenne de l'échantillon, ces nouveaux clients sont ceux qui dépensent plus par rapport à leur niveau de revenu : 32% de leur revenu mensuel est consacré à leur séjour contrairement à 29% pour les autres clients.

Des nouveaux clients qui pratiquent d'autant plus les activités proposées par la destination (remontées mécaniques, VTTAE, baignades...) que les autres clients.

Leur faculté à recommander la destination est inférieure à celle des autres clients.

Ces nouveaux clients ont été d'autant plus attirés (que les autres clients) par la destination grâce aux prix intéressants et aux bons plans que proposent la destination mais également grâce à la proximité du Parc National de la Vanoise.

| Items | Nouveaux clients HMV été 2019 | Echantillon global HMV été 2019 |
|--|---|---|
| Satisfaction globale séjour | 8,0/ 10 | 8,2/ 10 |
| Probabilité de retour en été | 63% | 76% |
| Probabilité de retour en hiver | 39% | 59% |
| Canal de réservation principal | Une agence de voyage en ligne (44%) Grand hébergeur (21%) | Une agence de voyage en ligne (24%) Propriétaires (24%) |
| Durée séjour | 9,0 nuits | 9,9 nuits |
| Régions d'origine (principales) | Auvergne/Rhône-Alpes (21%) PACA (14%) | Auvergne/Rhône-Alpes (25%) Ile-de-France (14%) |
| Budget séjour / revenu / % | 1092€ / 3419€ / 32% | 1091€ / 3813€ / 29% |
| Principales activités pratiquées | Randonnées : 72% Utilisation RM : 42% VTTAE : 11% Baignade lac : 39% Sortie village voisin : 90% | Randonnées : 78% Utilisation RM : 36% VTTAE : 9% Baignade lac : 31% Sortie village voisin : 77% |
| Périodes de séjour | Juillet : 38% Août : 58% | Juillet : 47% Août : 49% |
| Net Promoter Score (recommandation client) | +19 Promoteurs : 41% Neutres : 37% Détracteurs : 22% | +33 Promoteurs : 49% Neutres : 35% Détracteurs : 16% |
| Critères de choix de destination | Prix intéressants / bon plan : 63% Paysages : 31% Présence du Parc National de la Vanoise : 27% | Paysages : 36% Prix intéressants / bon plan : 35% Activités de montagne 29% |



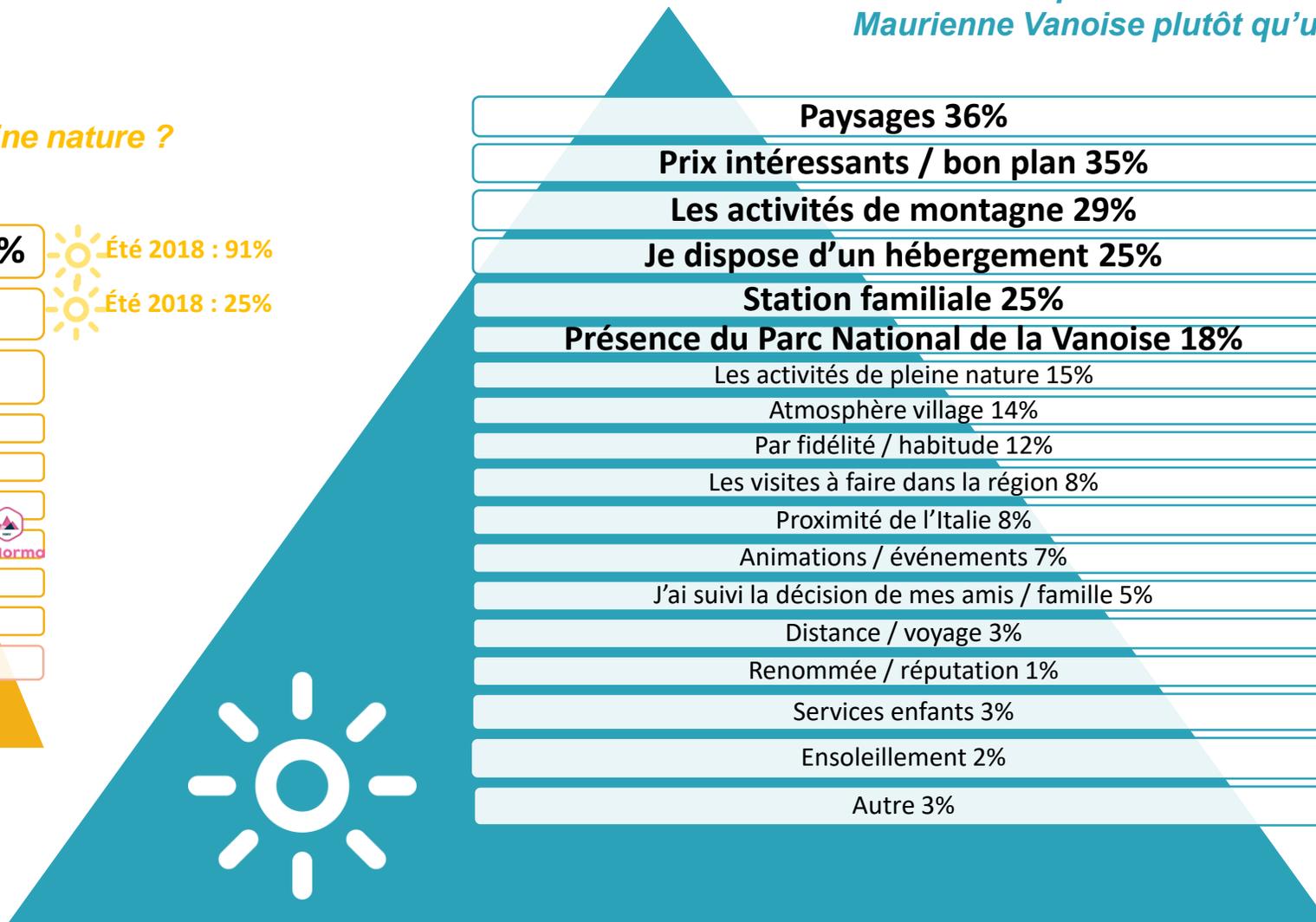
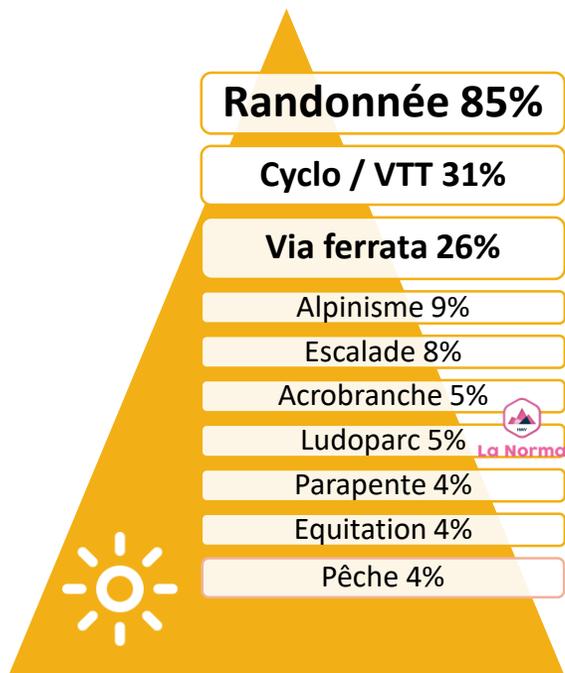
3

**CHOIX, RESERVATION
ET HEBERGEMENT**

Critères de choix de destination

Qu'est-ce qui vous a conduit à choisir la Haute-Maurienne Vanoise plutôt qu'une autre destination ?

Précisez quelles activités de pleine nature ?



Été 2018 : 43%

Été 2018 : 28%

- CHOIX, RESERVATION ET HERBERGEMENT

Motivations

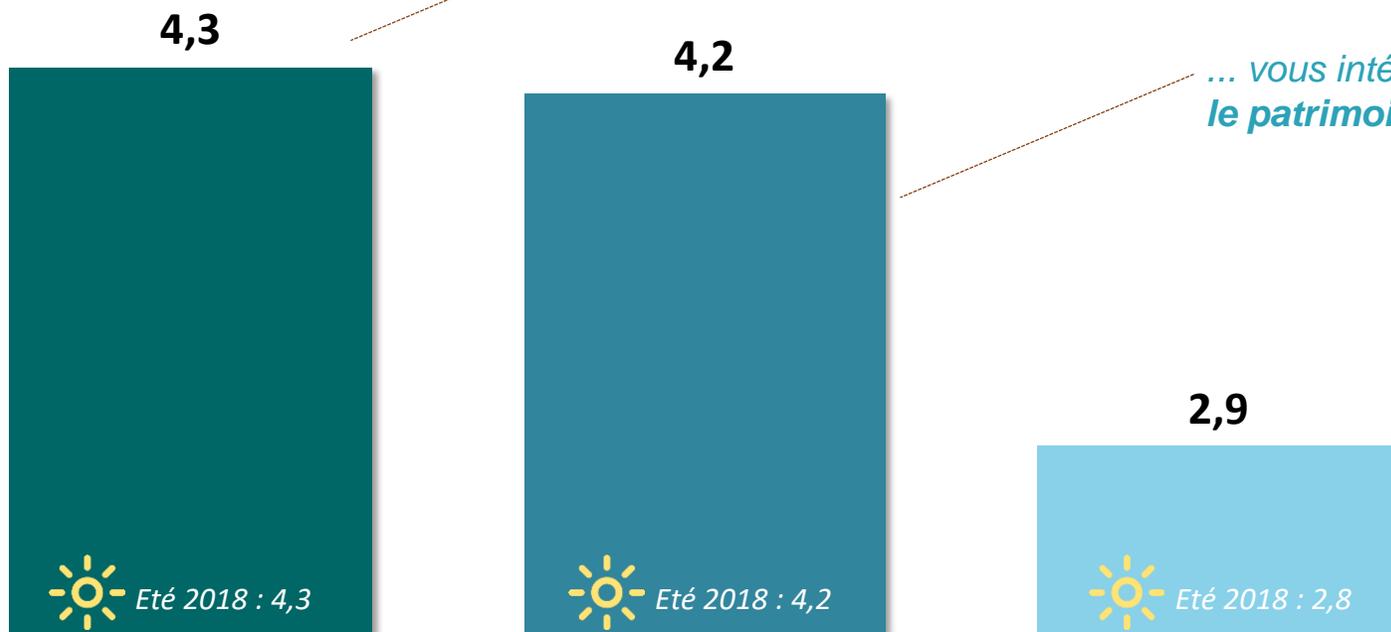
Généralement, lors de vos vacances d'été, vous...

Note /5 : Plus la note est élevée, plus le répondant est motivé par...

*... aimez pratiquer des **activités physiques ou sportives**.*

*... vous intéressez à **l'histoire de la région, la culture, le patrimoine**.*

*... vous préférez **vous reposer, faire peu de choses**.*



Les motivations principales pour un séjour en Haute-Maurienne Vanoise sont dominées par une appétence pour les activités physiques ou sportives ainsi que par l'intérêt porté à l'histoire de la région et la patrimoine.

A travers les motivations se révèle une différence d'engagement vis à vis de la montagne et la station : les spécialistes de la montagne sont plus motivés par les activités physiques ou sportives (4,4/5), et moins par le farniente (2,5/5).

• CHOIX, RESERVATION ET HERBERGEMENT

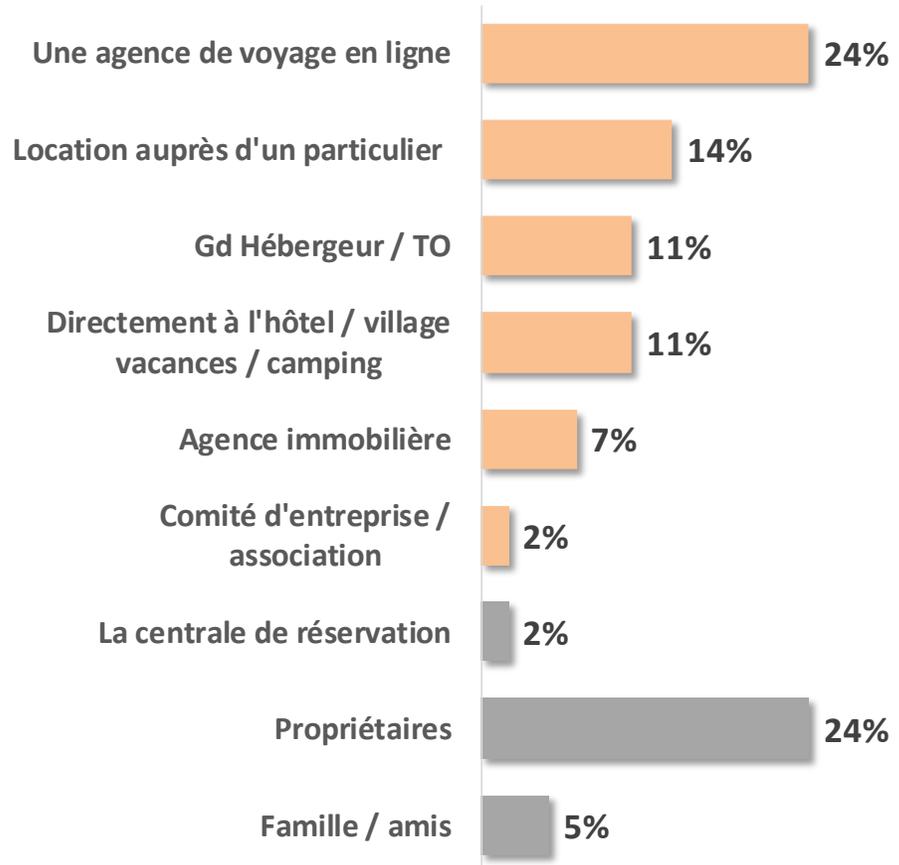
La réservation

Le territoire de la Haute Maurienne Vanoise enregistre 71% de réservations marchandes cet été 2019. Le canal « Agence de voyage en ligne » est l'interlocuteur de réservation pour près d'un quart des clients.

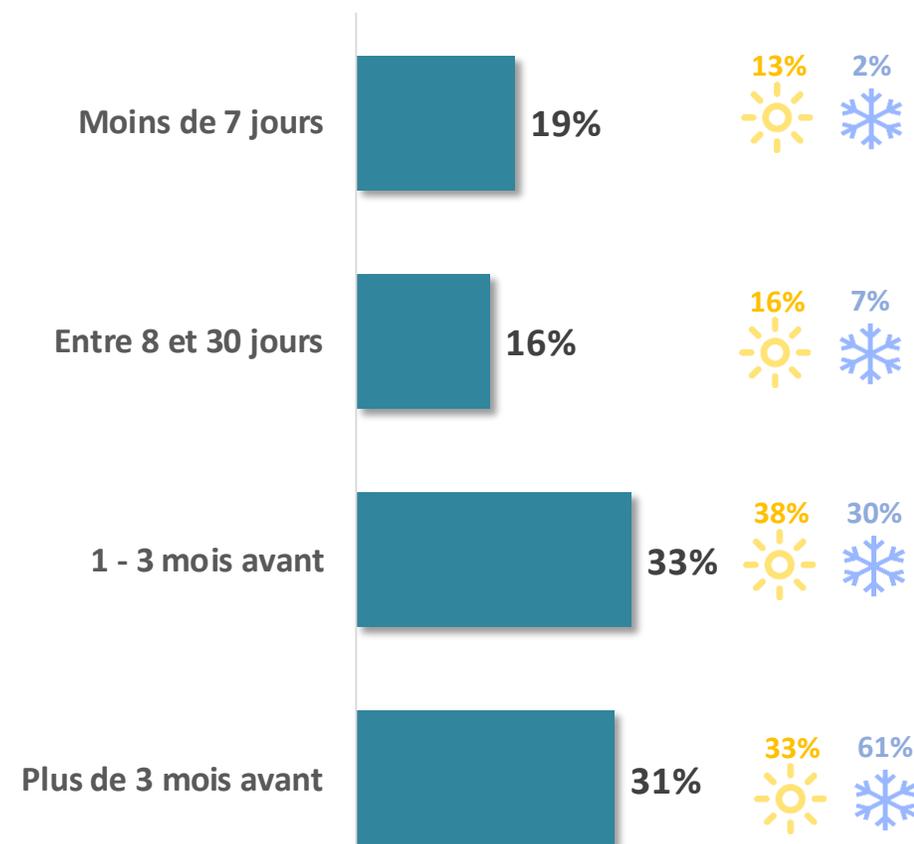
L'échantillon est aussi marqué par près d'un quart de propriétaires.

Le processus de réservation s'effectue plus de 3 mois à l'avance pour un petit tiers des clients cet été 2019, contre 61% l'hiver. Il existe plus de réservations de « dernières minutes » l'été que l'hiver.

Qui était votre interlocuteur pour la réservation de votre hébergement ?



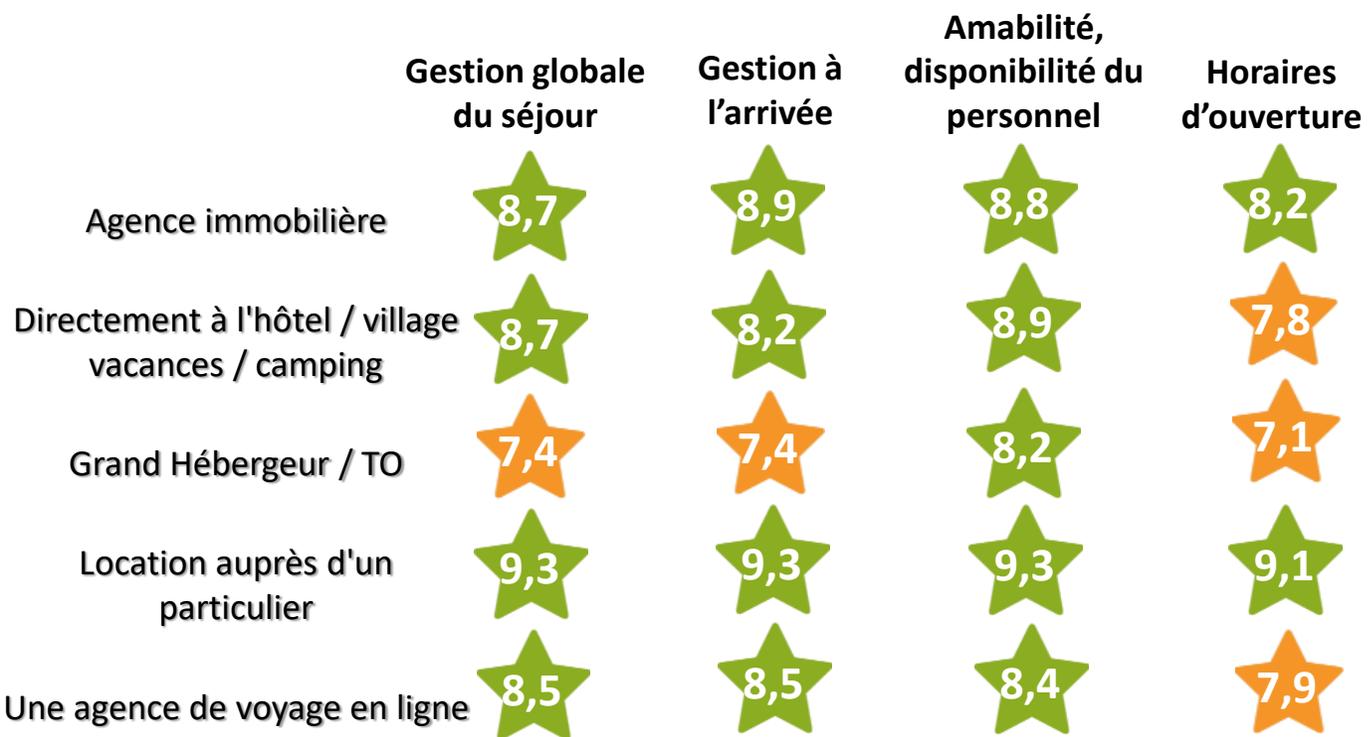
Quand avez-vous effectué votre réservation ?



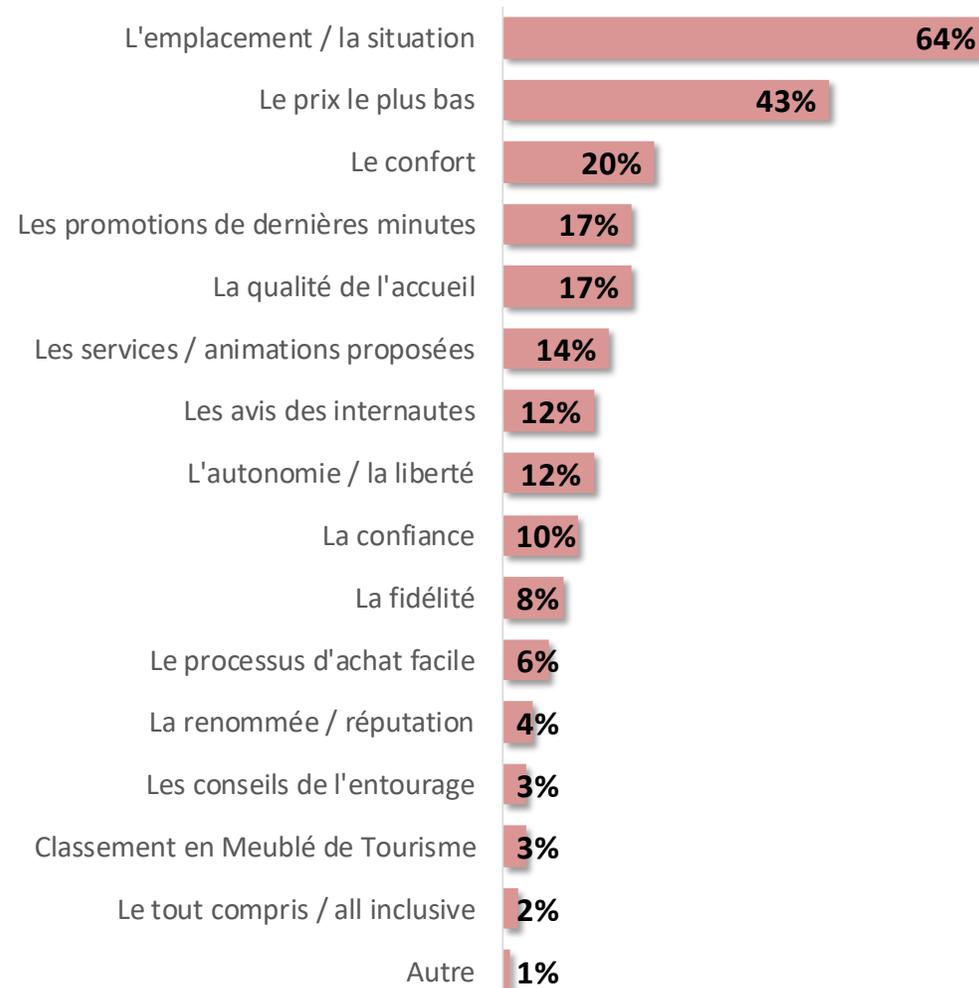
• CHOIX, RESERVATION ET HERBERGEMENT

Choix et appréciation du canal

Quelle est votre appréciation des différents critères liés à votre hébergement ?



Quelles ont été vos motivations pour choisir cet interlocuteur pour la réservation de votre canal de réservation ?

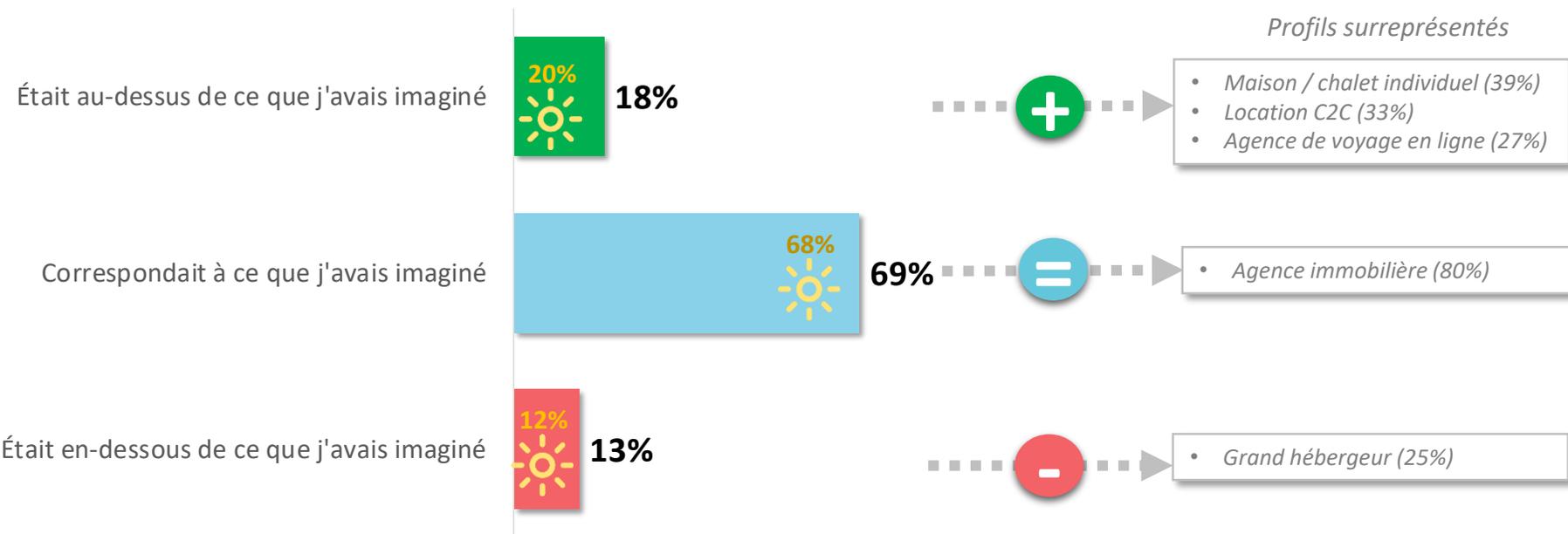


• CHOIX, RESERVATION ET HERBERGEMENT

Confort hébergement

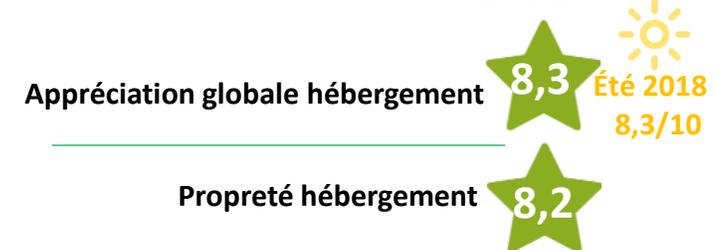
Le niveau de confort / équipement de votre hébergement correspondait-il à ce que vous imaginiez lors de la réservation ?

(clients marchands)



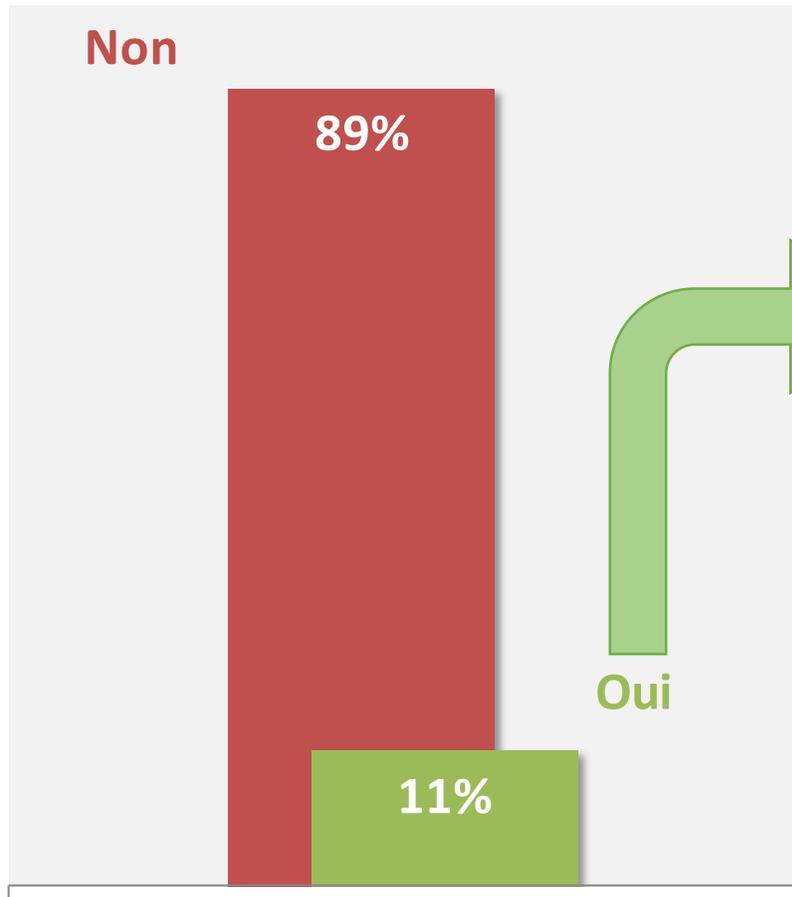
Nous évaluons le niveau de confort de l'hébergement choisi par le client. Un peu moins d'un client sur 5 estime que le confort du bien était au-dessus de ce que le client avait imaginé. On retrouve dans cette catégorie notamment les clients ayant réservés leur location via du C2C, ou une agence de voyage en ligne ou encore ceux qui ont séjournés dans un chalet ou une maison. A l'inverse, 13% des clients ont été plutôt « déçus » par leur hébergement, notamment les clients ayant séjournés dans une grande société d'hébergement. Globalement, les notes de satisfaction liées à l'hébergement (globale : 8,3/10 et propreté : 8,2/10) indiquent une qualité et perception de logement plutôt très convenable sur le territoire.

Satisfaction client Été 2019

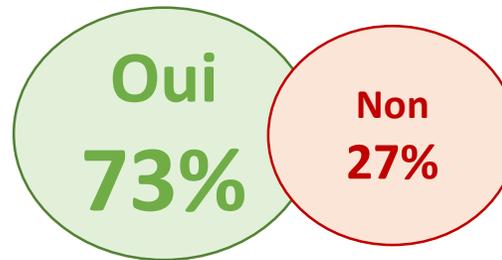


Intervention d'un technicien

Avez-vous sollicité l'intervention d'un technicien pendant votre séjour ?



Cette intervention a-t-elle répondu à vos attentes ?

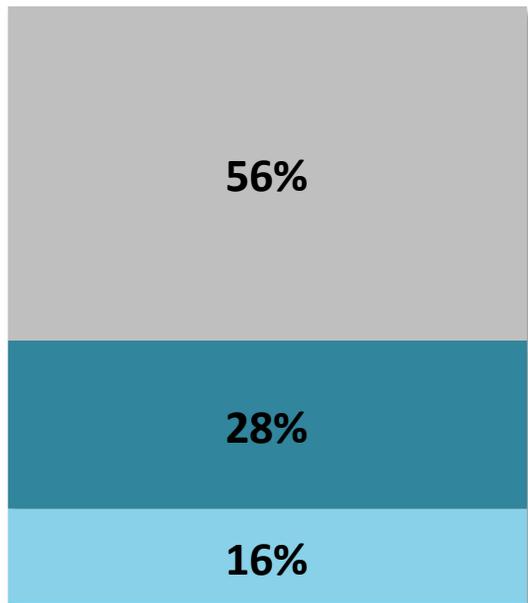
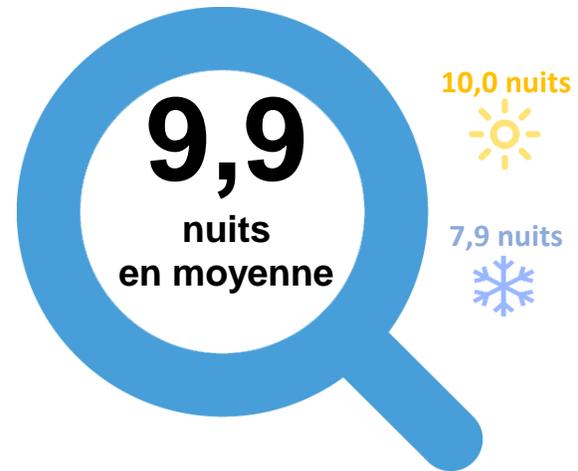


Pour quelles raisons ?

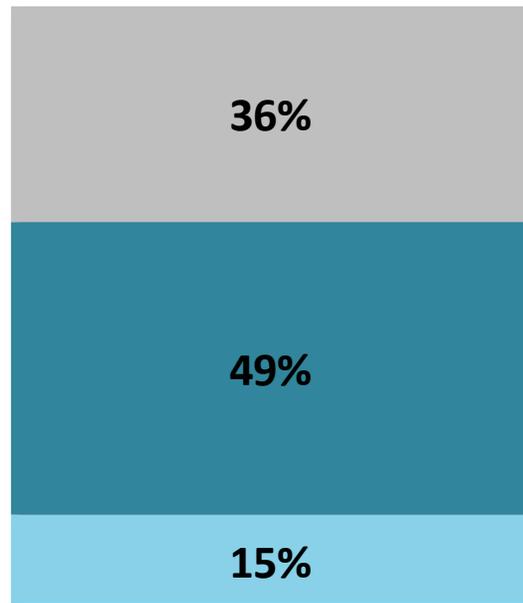


Problème non résolu 87%
Délai d'intervention trop long 13%

Durée du séjour



JUILLET



AOÛT

■ Part de séjours de plus de 8 nuits

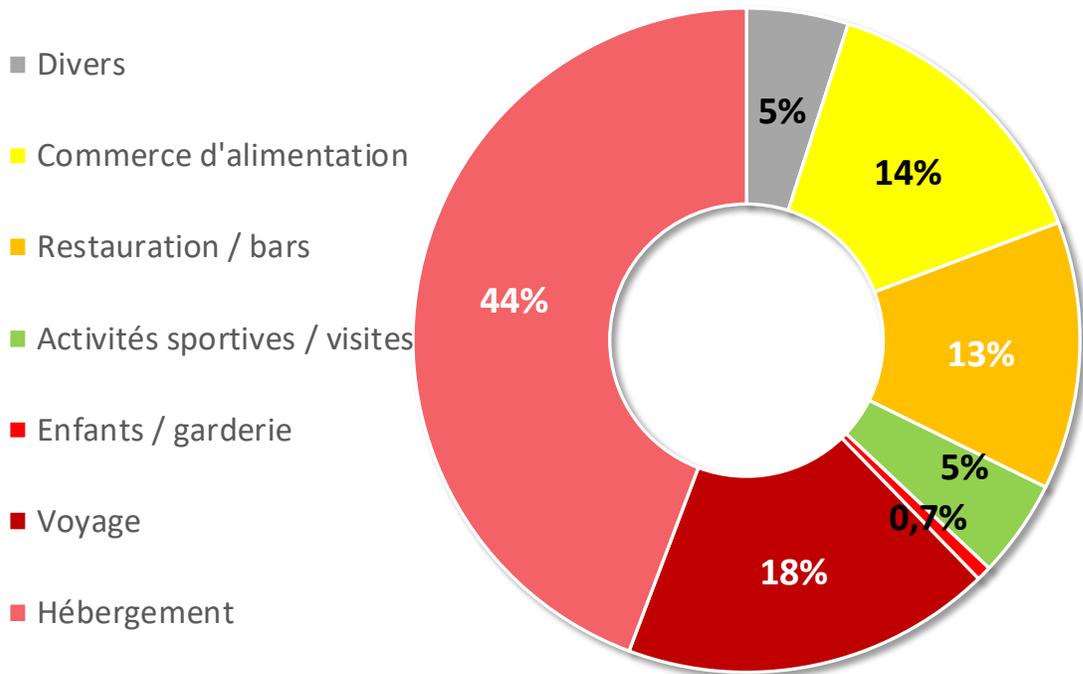
■ Part de séjours semaine (6 à 8 nuits)

■ Part de courts séjours (1 à 5 nuits)

• CHOIX, RESERVATION ET HERBERGEMENT

Budgets

Répartition du budget par poste de dépenses :



| Localité | Budget moyen |
|------------------|--------------|
| Bonneval sur Arc | 1692€ |
| Bessans | 1615€ |
| Aussois | 958€ |
| Val Cenis | 1159€ |
| La Norma | 1128€ |
| Valfréjus | 881€ |

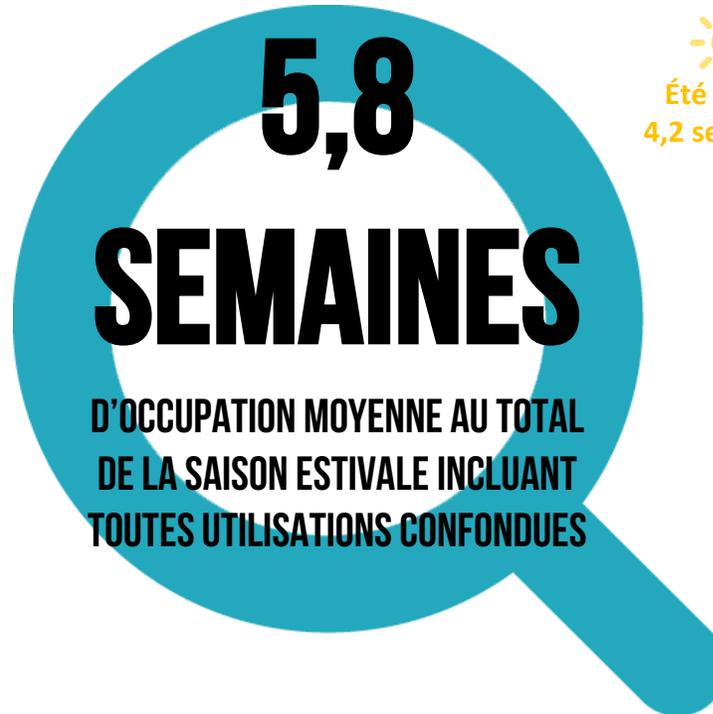
En moyenne, les clients dépensent 1534€ pour un séjour en Haute-Maurienne Vanoise cet été 2019, budget stable par rapport à l'été précédent (1087€).

Le budget moyen par jour et par personne est de 38€.

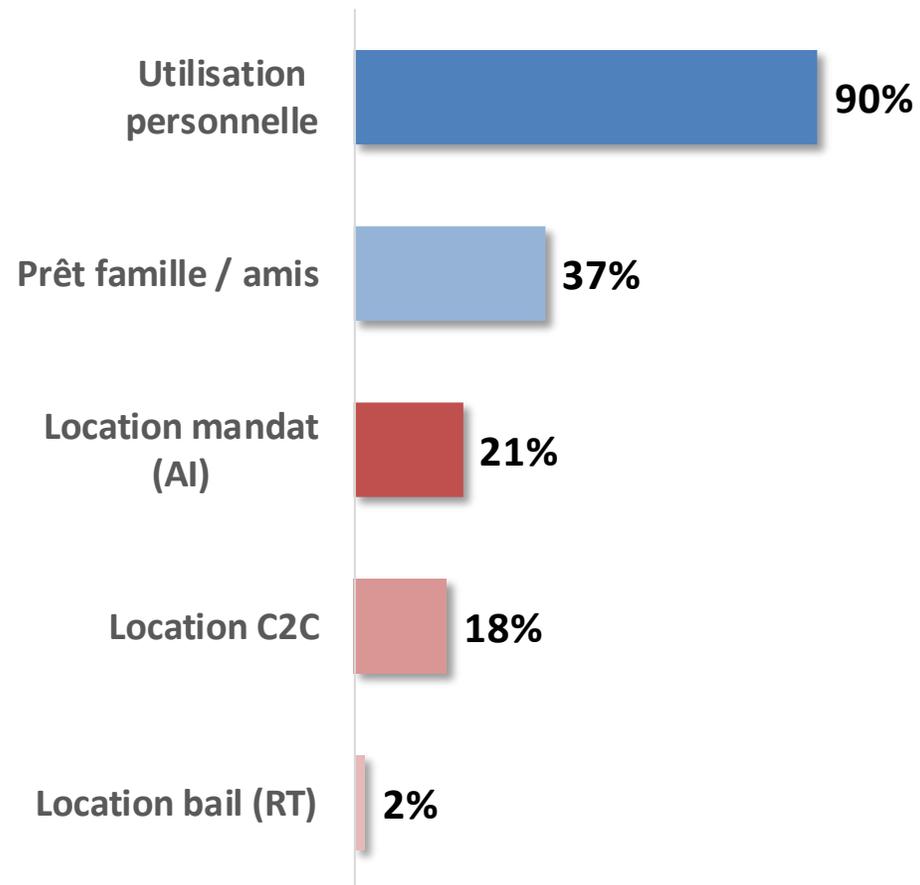
L'hébergement, premier poste de dépense, représente 44% du budget total du séjour.

Focus propriétaires

Été 2018 :
4,2 semaines



De quelle(s) façon(s) utilisez-vous votre bien, en été ?



Idéalement, comment aimeriez-vous que l'utilisation de votre bien évolue dans les années à venir, en été ?

■ Moins souvent ■ Ni plus, ni moins souvent ■ Plus souvent





4

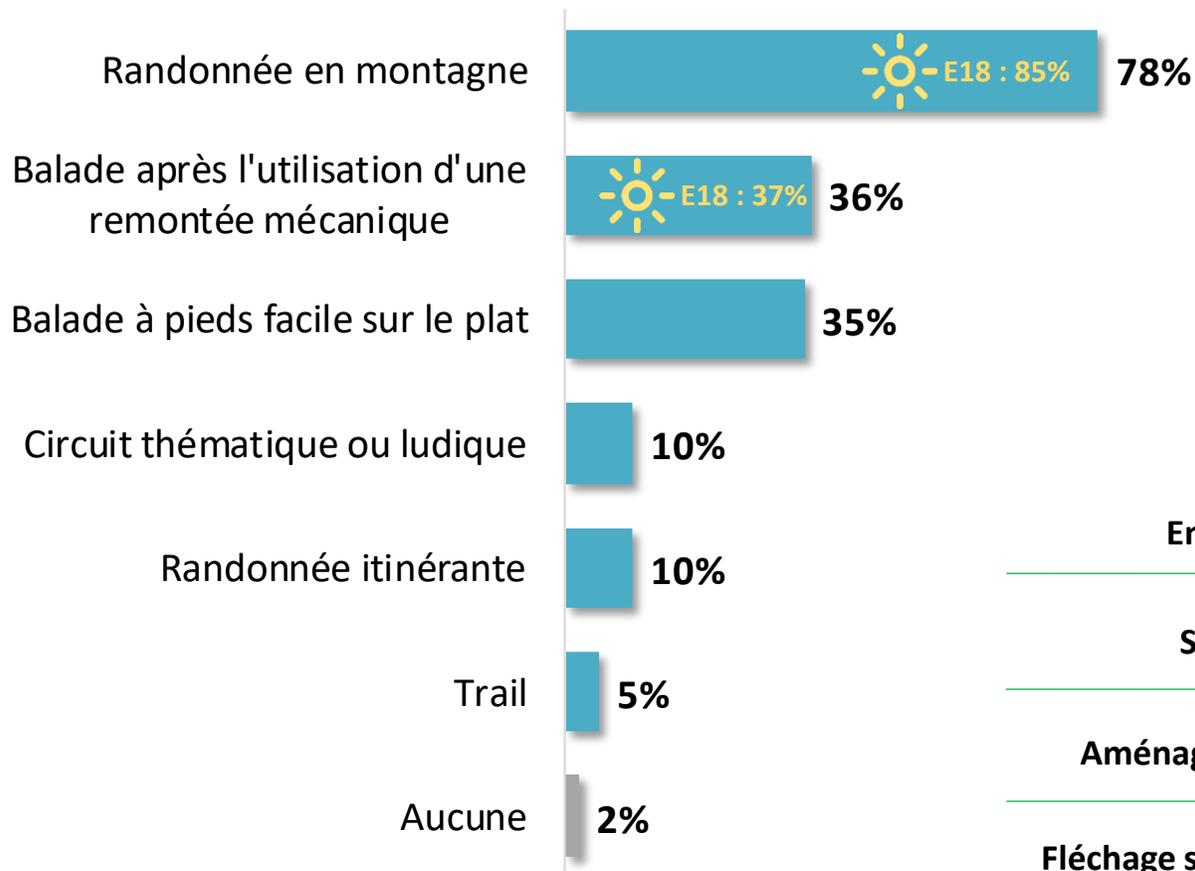
LES ACTIVITES

- LES ACTIVITES

Pratique des activités



Quelles activités avez-vous pratiquées ?

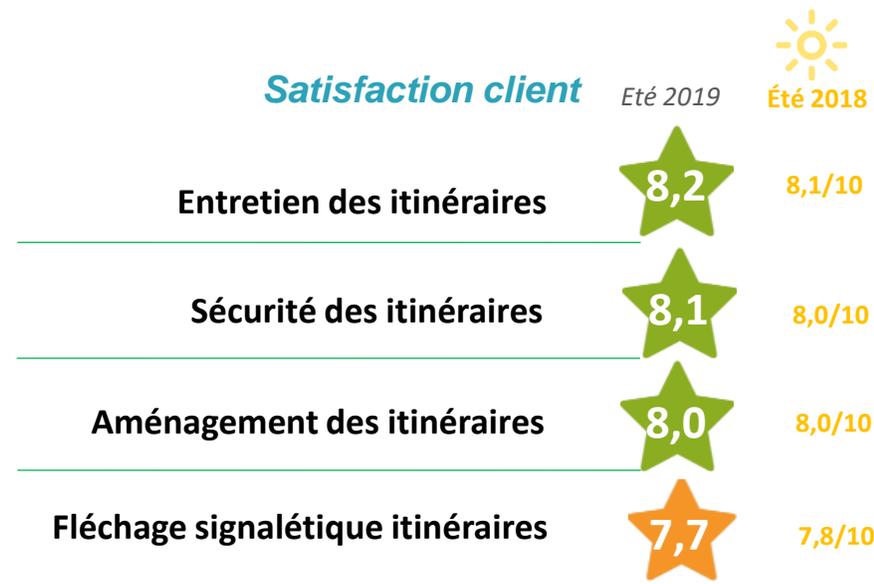


La randonnée en montagne est la principale activité réalisée par les clients cet été 2019 en Haute Maurienne Vanoise.

Plus d'un tiers des clients ont également emprunté une remontée mécanique pour faire une balade.

Une bonne satisfaction client (en légère hausse par rapport à l'été passé) des chemins de randonnées malgré quelques problèmes de fléchage et de signalétique à certains endroits.

Satisfaction client

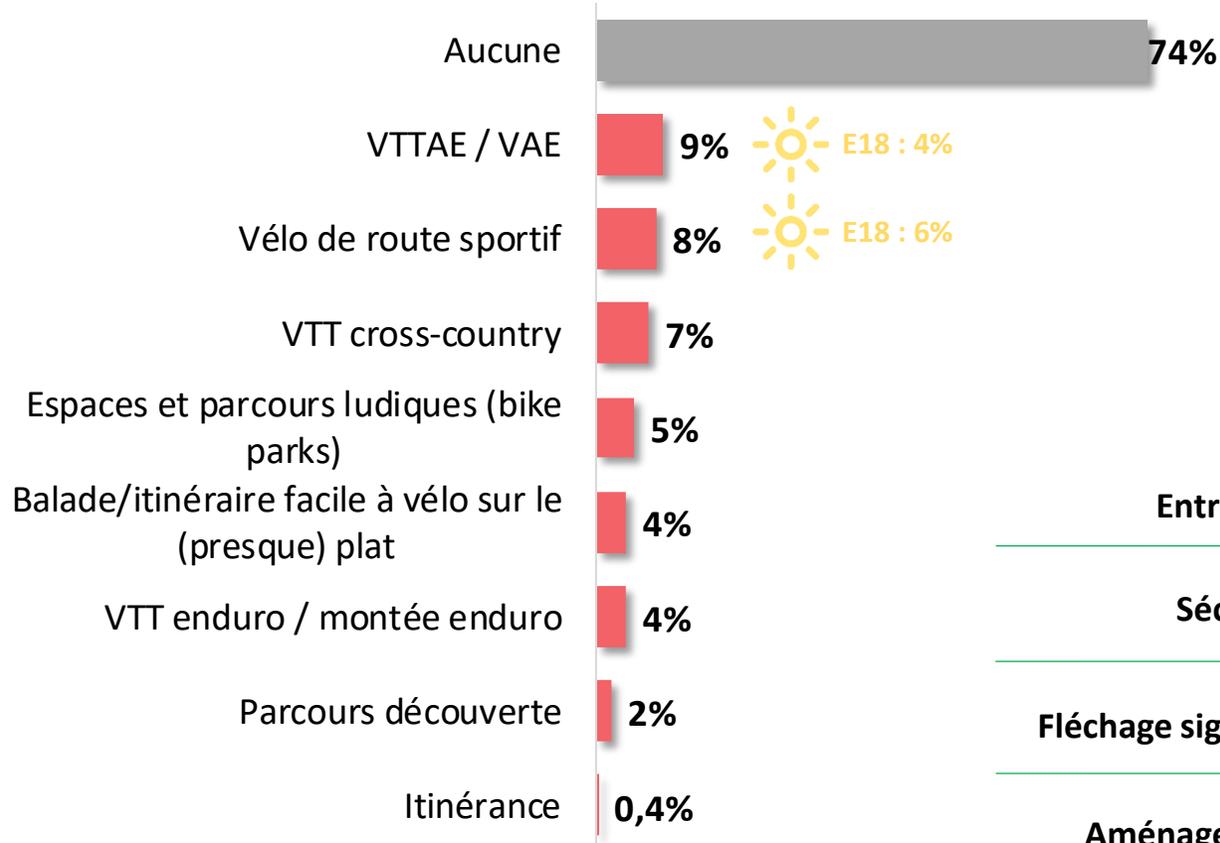


- LES ACTIVITES

Pratique des activités



Quelles activités avez-vous pratiquées ?

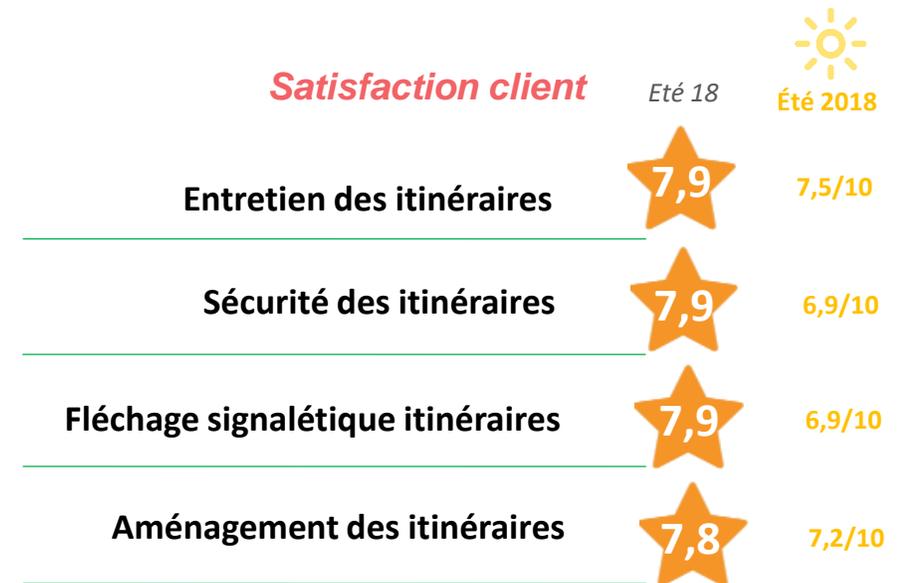


Près d'un quart des clients ont pratiqué une activité cyclo / VTT.

En comparaison avec d'autres stations, l'activité VTT ainsi que le vélo de route restent des vraies force de la destination du territoire de la Haute Maurienne Vanoise.

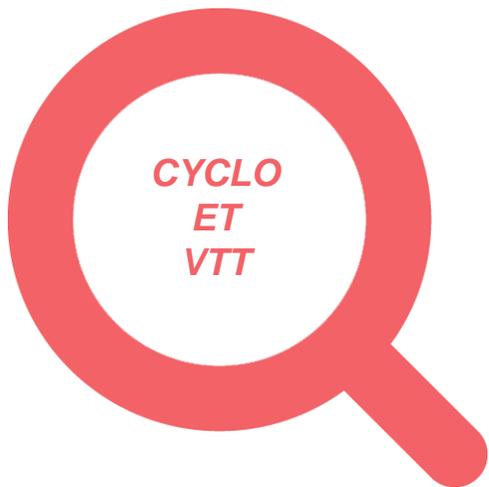
En revanche, les notes sont plutôt moyennes comparées à d'autres stations mais nous notons tout de même une progression dans l'appréciation des itinéraires. Des efforts reconnus par les clients, à poursuivre...

Satisfaction client

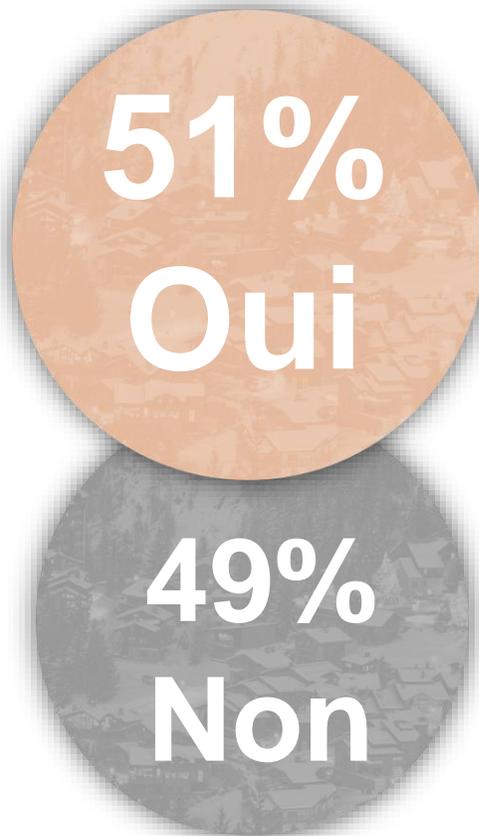


- LES ACTIVITES

Pratique des activités



Avez-vous fait appel à un loueur de vélo ?



Quels aspects liés à la pratique du vélo devraient être améliorés ?

« Il manque à Bessans un magasin ou un technicien pour réglage vélo...le premier magasin sérieux se trouve à lanslevillard »

« Je pense que la station devrait plus mettre en avant cette activité. UN point à améliorer et qui favoriserait le développement de cette activité serait d'ouvrir les remontés mécanique tous les jours. Il serait bien comme dans d'autres stations de développer des infrastructures dédiées pour les amateur de descente et de sensations fortes. »

« La signalétique des parcours, la mise en garde sur les niveaux de difficultés des parcours pour des personnes n'ayant pas l'habitude de la montagne. Nous avons été très mal conseillé par le loueur »

« Signaler les itinéraires depuis le centre du village »

« Multiplier les itinéraires VTT sur La Norma, il y a un gros potentiel »

Satisfaction client

Été 2019

La location en général

8,3

L'encadrement

8,0

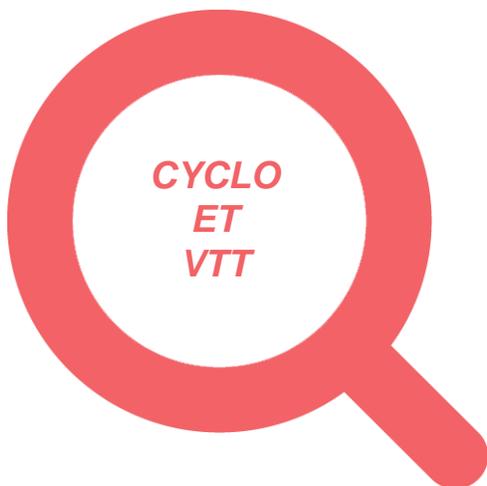
La réparation

7,6

- LES ACTIVITES

Pratique des activités

Focus vététistes



Globalement, les clients pratiquant du VTT sont un peu plus satisfaits de leur séjour et leur durée de séjour est un peu plus longue (par rapport à l'échantillon global).

La probabilité de retour sur le territoire pour ces vététistes est supérieure aux autres, notamment en hiver.

Les vététistes ont également un budget activités plus élevé que la moyenne et dépensent également plus au global de leur séjour. Il existe bien un enjeu économique autour de cette activité.

| Items | Vététistes été 2019 | Echantillon global été 2019 |
|--------------------------------------|---|---|
| Satisfaction globale | 8,3/ 10 | 8,2/ 10 |
| Probabilité de retour en été | 76% | 76% |
| Probabilité de retour en hiver | 65% | 59% |
| Durée du séjour | 10,5 nuits | 9,9 nuits |
| Régions d'origine (principales) | Auvergne/Rhône-Alpes (28%) Ile-de-France (14%) | Auvergne/Rhône-Alpes (25%) Ile-de-France (14%) |
| Budget séjour / revenu / % | 1348€ / 4631€ / 29% | 1091€ / 3813€ / 29% |
| Budget Activités / Budget séjour / % | 219€ / 1348€ / 16% | 143€ / 1091€ / 13% |
| Périodes de séjour | Juillet : 53% Août : 46% | Juillet : 47% Août : 49% |

• LES ACTIVITES

Pratique des activités

Avez-vous pratiqué les activités suivantes ?

Le territoire de la Haute-Maurienne Vanoise propose de multiples activités en dehors de l'activité cyclo/VTT et des randonnées, promenades.

Le ludoparc, présent à La Norma, est fréquenté par près de la moitié de cette clientèle estivale, quelques suggestions clients pourraient permettre d'améliorer légèrement la satisfaction de cet endroit.

L'activité accrobranche est pratiquée par 27% des clients, l'équitation par 15% des clients et la via ferrata par 17% des clients.

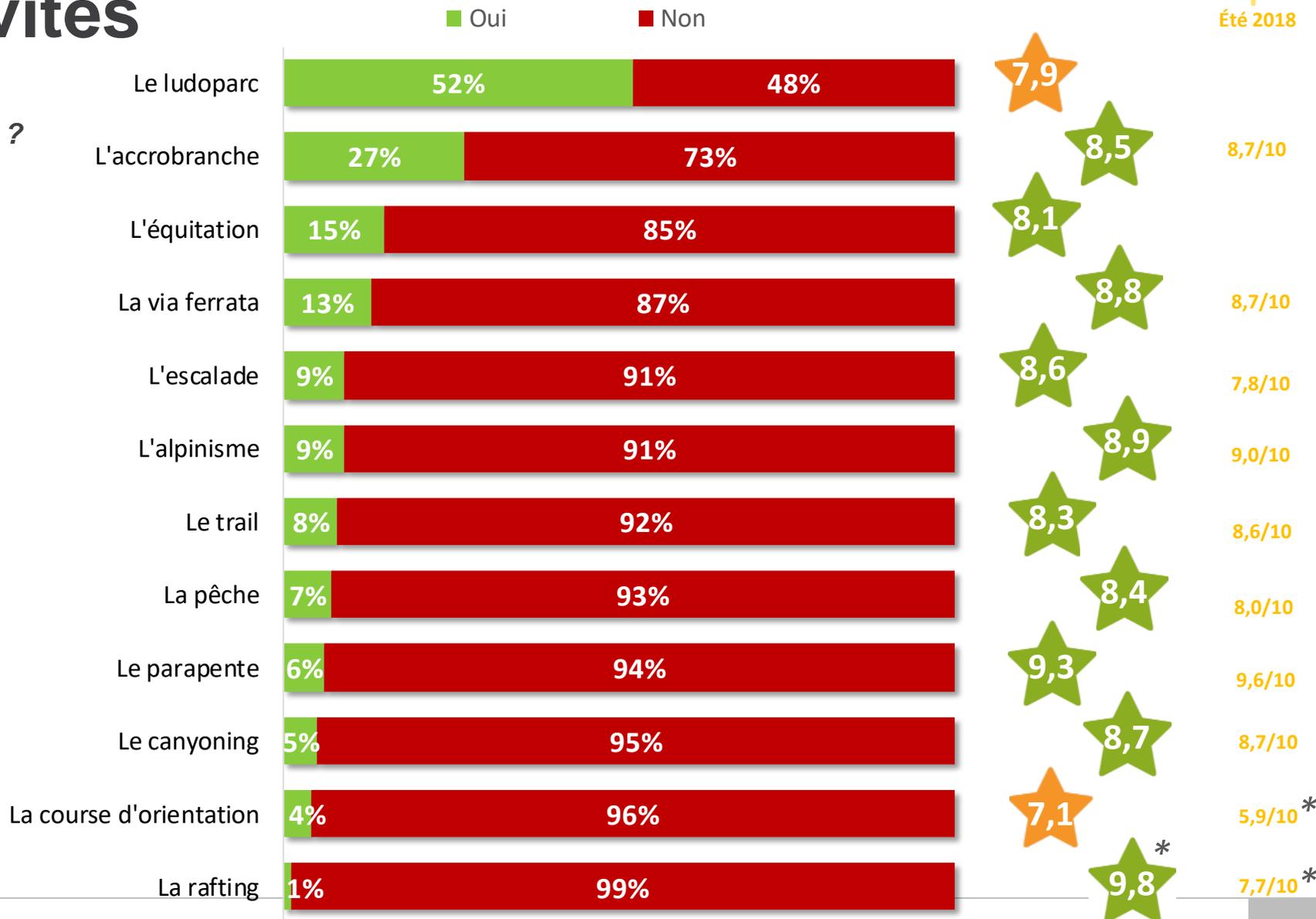
En revanche, les autres activités ne sont que très peu pratiquées (manque de promotion ou « difficulté » des disciplines ?).

Toutes ces activités obtiennent globalement de très bonnes appréciations clients et sont de vrais atouts pour la destination et permettent la fidélisation au territoire.

Satisfaction client



Été 2018

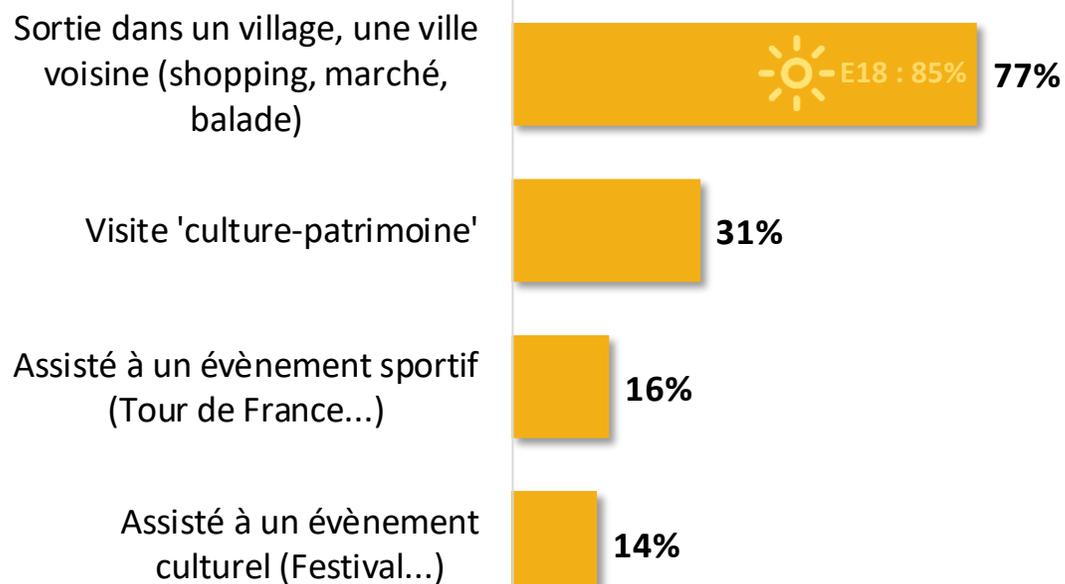


• LES ACTIVITES

Pratique des activités

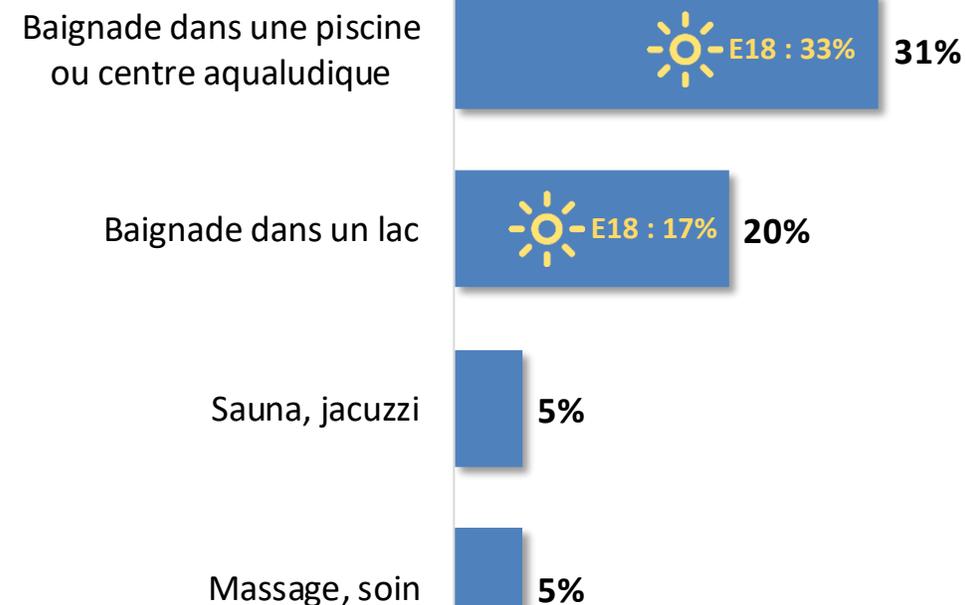
CULTURE ET EVENEMENTS

Quelles activités avez-vous pratiquées ?



EAU ET BIEN-ETRE

Quelles activités avez-vous pratiquées ?



• LES ACTIVITES

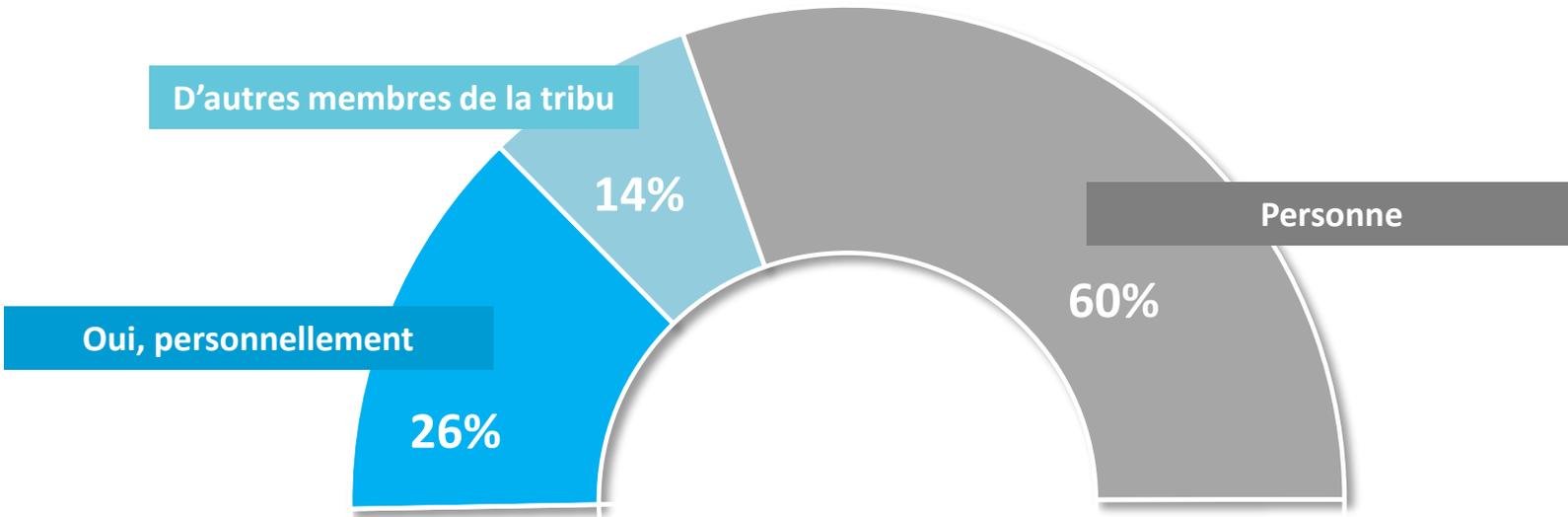
Pratique des activités



La Norma



Etes-vous allés à la base de loisirs aquatique ?



Quels aspects seraient à modifier à la base loisirs aquatique ?

- « La température de l'eau et l'heure de fin lorsqu'il fait très beau »
- « un extérieur avec une "plage", une prairie ou quelque chose pour se poser »
- « L'accès Pour les poussettes et prévoir des zones d'ombres couvertes »
- « Entrée assez chère et eau trop froide »
- « Effectuer un affichage adéquat quand elle est fermé exceptionnellement, et proposer un dédommagement sous forme de goodies sympa ou autre au détenteurs de carte pass cosy.... Voir à tout le monde..... »

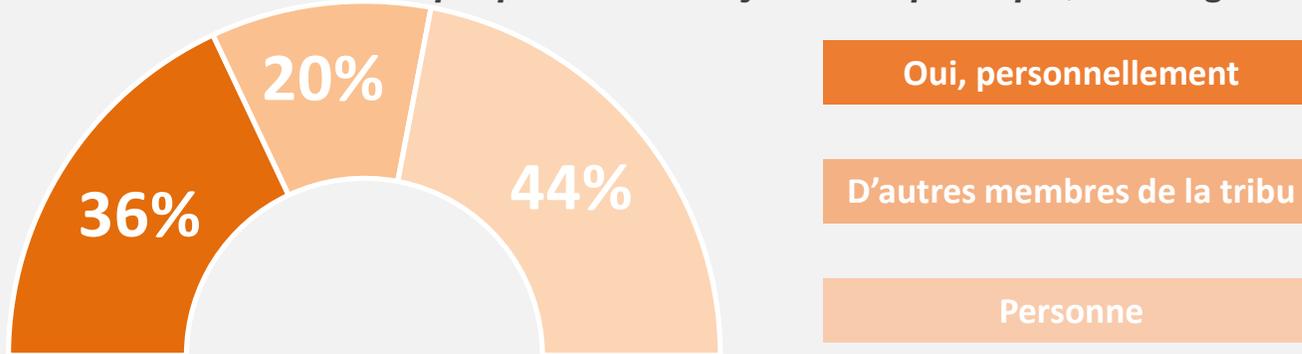
Satisfaction client Eté 2019

| | |
|---|-----|
| Propreté des abords | 8,6 |
| Disponibilité et amabilité du personnel | 8,6 |
| Sécurité | 8,5 |
| Propreté de l'eau | 8,4 |
| Propreté des sanitaires | 8,3 |

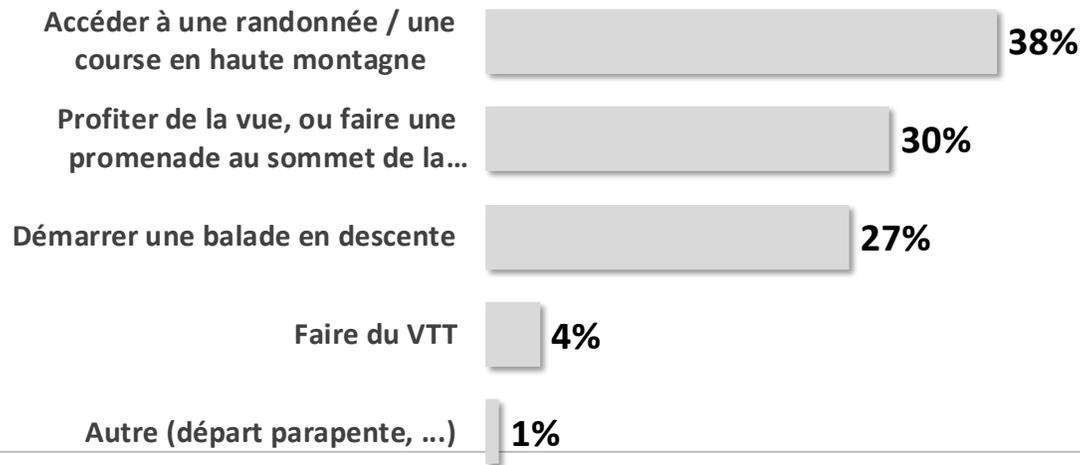
- LES ACTIVITES

Utilisation des remontées mécaniques

Avez-vous emprunté une remontée mécanique pendant ce séjour : téléphérique, télésiège... ?



Si oui, dans quel but principalement ?



Satisfaction client

Été 2019



Été 2018

Propreté des abords



Temps d'attente guichet



8,1/10

Accueil RM



8,6/10

Disponibilité et amabilité du personnel



8,5/10

Qualité de réponse du personnel



8,4/10

Affichage des informations

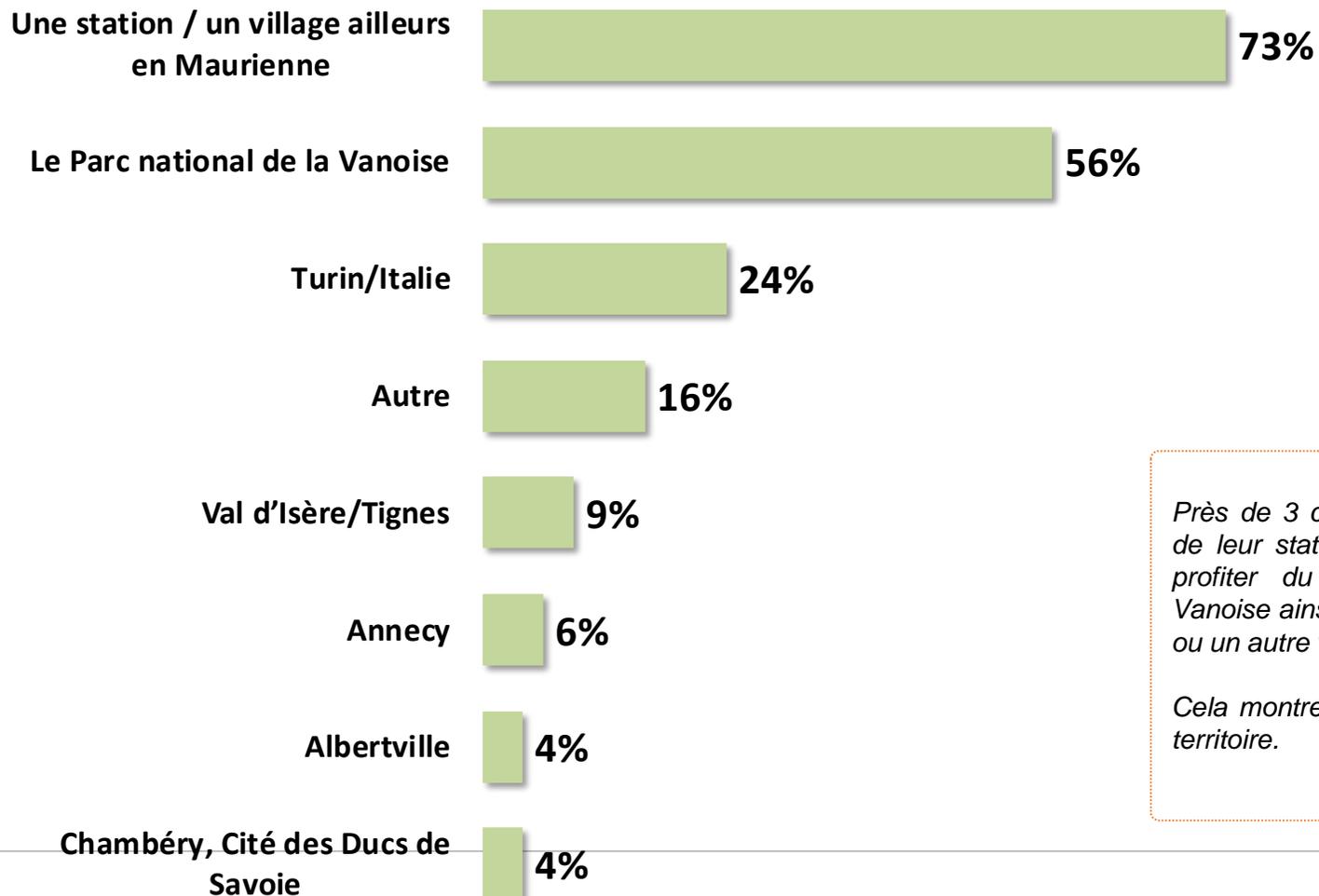


8,3/10

- LES ACTIVITES

Sorties et visites

*Vous êtes peut-être sortis de la station pour aller pratiquer une activité ou effectuer une visite.
Si oui, quels endroits avez-vous visités ?*



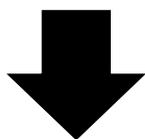
Près de 3 clients sur 10 sont sortis de leur station de séjour pour aller profiter du Parc National de la Vanoise ainsi pour visiter une station ou un autre village en Maurienne.

Cela montre une forte attractivité du territoire.

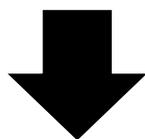
- LES ACTIVITES

Sorties en Haute-Maurienne Vanoise

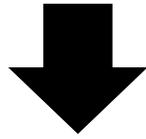
Avez-vous fréquenté une autre destination de Haute-Maurienne Vanoise pendant votre séjour ?



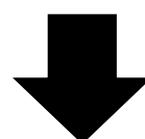
Oui, Bessans 53%
Oui, Aussois 28%
 Non, aucune 28%
Oui, Val Cenis 26%



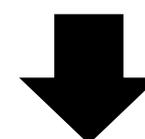
Oui, Bonneval 92%
Oui, Val Cenis 57%
Oui, Aussois 23%
Oui, Valfréjus 11%
Oui, La Norma 6%
 Non, aucune 2%



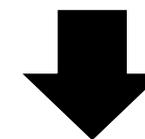
Oui, Val Cenis 38%
 Non, aucune 38%
Oui, Bonneval 35%
Oui, Bessans 22%
Oui, Valfréjus 19%
Oui, La Norma 17%



Oui, Bonneval 73%
Oui, Bessans 55%
Oui, Aussois 49%
 Non, aucune 13%
Oui, La Norma 6%
Oui, Valfréjus 2%



Oui, Aussois 64%
Oui, Val Cenis 48%
Oui, Bonneval 37%
Oui, Bessans 29%
Oui, Valfréjus 26%
 Non, aucune 26%



Oui, Aussois 53%
Oui, Val Cenis 33%
Oui, Bonneval 26%
 Non, aucune 23%
Oui, La Norma 21%
Oui, Bessans 8%

Carte activités - achat

**Avez-vous acheté
une carte activités ?**

**Comment avez-vous acheté
votre carte activités ?**

Satisfaction billetterie de vente

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>Val'Free ?</p> | <p>98% Non</p> <p>2% Oui</p> | <p>En ligne 19%</p> <p>Billetterie de vente des activités 65%</p> <p>Auprès d'une agence 16%</p> <p>Auprès de l'hébergeur 0%</p> | <p>Horaires d'ouverture 8,4/10</p> <p>Temps d'attente 6,3/10</p> <p>Informations liées aux activités 8,2/10</p> <p>Amabilité, disponibilité du personnel 9,1/10</p> |
| <p>Pass Cosy ?</p> | <p>82% Non</p> <p>18% Oui</p> | <p>En ligne 34%</p> <p>Billetterie de vente des activités 41%</p> <p>Auprès d'une agence 5%</p> <p>Auprès de l'hébergeur 20%</p> | <p>Horaires d'ouverture 7,8/10</p> <p>Temps d'attente 8,4/10</p> <p>Informations liées aux activités 8,2/10</p> <p>Amabilité, disponibilité du personnel 9,0/10</p> |
| <p>Pass activités « HMV Altitude » ?</p> | <p>98% Non</p> <p>2% Oui</p> | <p>En ligne 26%</p> <p>Billetterie de vente des activités 68%</p> <p>Auprès d'une agence 0%</p> <p>Auprès de l'hébergeur 6%</p> | <p>Horaires d'ouverture 8,7/10</p> <p>Temps d'attente 8,1/10</p> <p>Informations liées aux activités 8,6/10</p> <p>Amabilité, disponibilité du personnel 9,8/10</p> |
| <p>Pass activités « HMV Liberté » ?</p> | <p>94% Non</p> <p>6% Oui</p> | <p>En ligne 6%</p> <p>Billetterie de vente des activités 70%</p> <p>Auprès d'une agence 18%</p> <p>Auprès de l'hébergeur 6%</p> | <p>Horaires d'ouverture 8,0/10</p> <p>Temps d'attente 8,2/10</p> <p>Informations liées aux activités 7,9/10</p> <p>Amabilité, disponibilité du personnel 9,5/10</p> |

• LES ACTIVITES

Carte activités



Satisfaction

Suggestions / remarques à l'égard de la carte activités ?

Val'Free ?

Satisfaction globale pass **7,0/10**
Informations pass **7,8/10**
Rapport qualité / prix pass **8,3/10**

« On est venu sur la station de Valfréjus il y a 3 ans et le pass Val'free était beaucoup mieux à cette époque là c'était très compliqué le pass ne fonctionnait jamais à la piscine et même pour les remontées c'était pas simple et même la personne au remontées nous disait que c'était le bazar »

Pass Cosy ?

Satisfaction globale pass **7,8/10**
Informations pass **8,1/10**
Rapport qualité / prix pass **7,8/10**

« Réductions pour les enfants mais pas grand chose pour les retraités. A améliorer »
« Dommage d'avoir retiré certaines choses comme l'a remontées mécanique d'Aussois ou la piscine Aussois »
« Cinéma pas intéressant avec la carte cosy pour les moins de 14 ans »

Pass activités « HMV Altitude » ?

Satisfaction globale pass **5,1/10**
Informations pass **8,1/10**
Rapport qualité / prix pass **8,0/10**

« Meilleure formation des vendeurs sur l'appli et en général »
« Pouvoir payer en chèques vacances »

Pass activités « HMV Liberté » ?

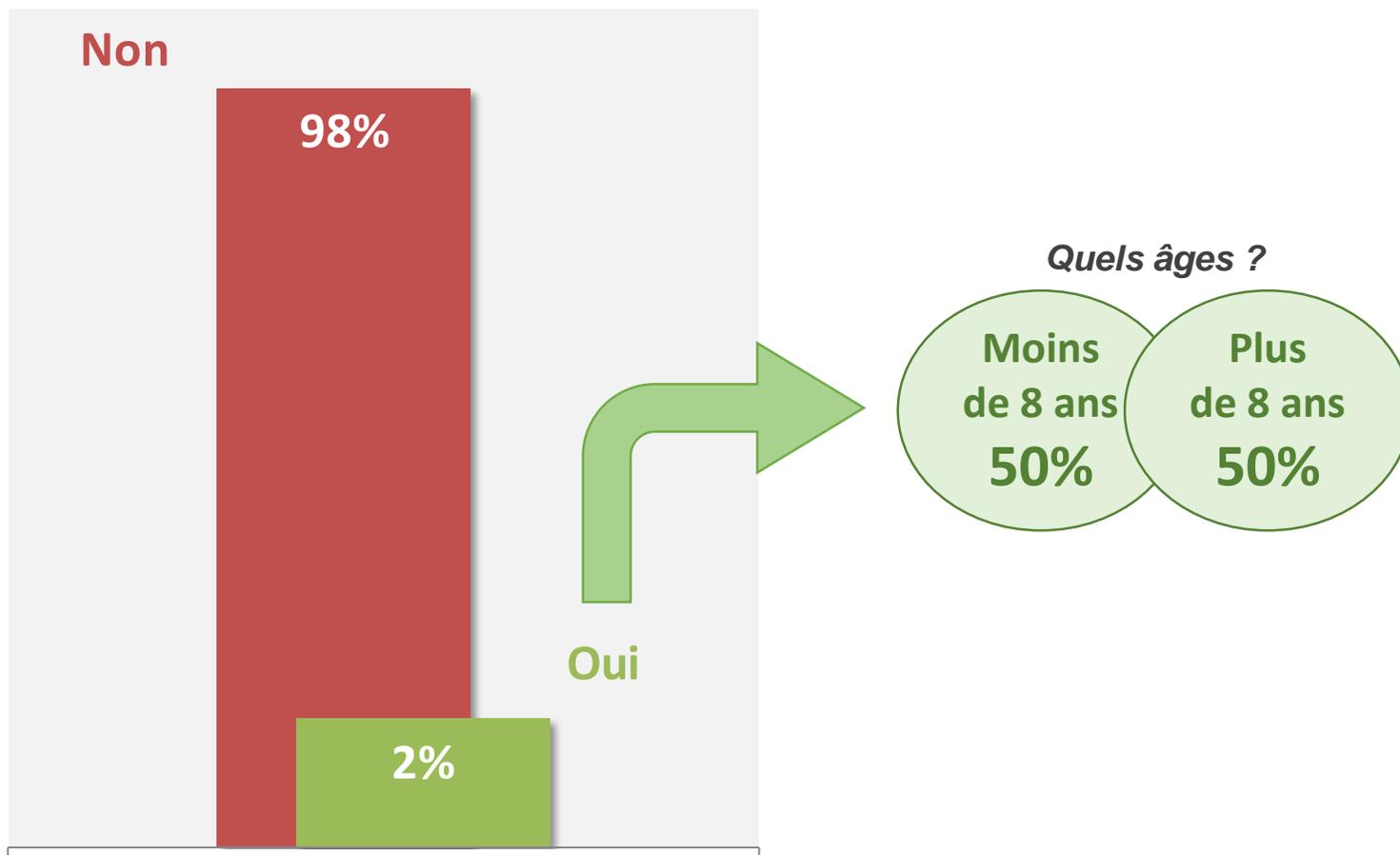
Satisfaction globale pass **6,1/10**
Informations pass **6,6/10**
Rapport qualité / prix pass **6,9/10**

« Le souci principal est que tout est fermé en juin et septembre lors de nos vacances d'été hélas. »
« Pas encore au point, pourquoi payer 3€/pass? les professionnels ont du mal à capter le réseau, 26€/semaine/personne pour les remontées mécaniques ne fonctionnant que du lundi au jeudi? Je pense que certaines choses sont à revoir.. »

• LES ACTIVITES

Clubs enfants

Avez-vous utilisé le service des clubs enfants ?



Satisfaction client

Eté 2019

Amabilité, disponibilité du personnel



Qualité de service



Processus de réservation avant séjour



Aménagement des locaux



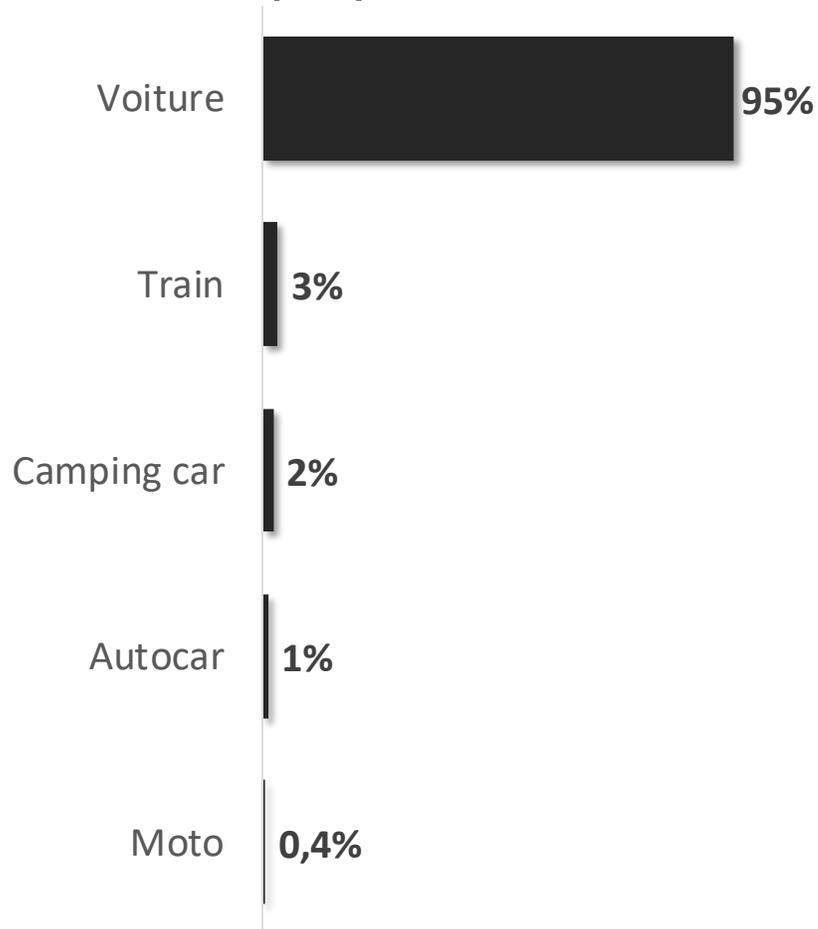
L'accueil, les inscriptions



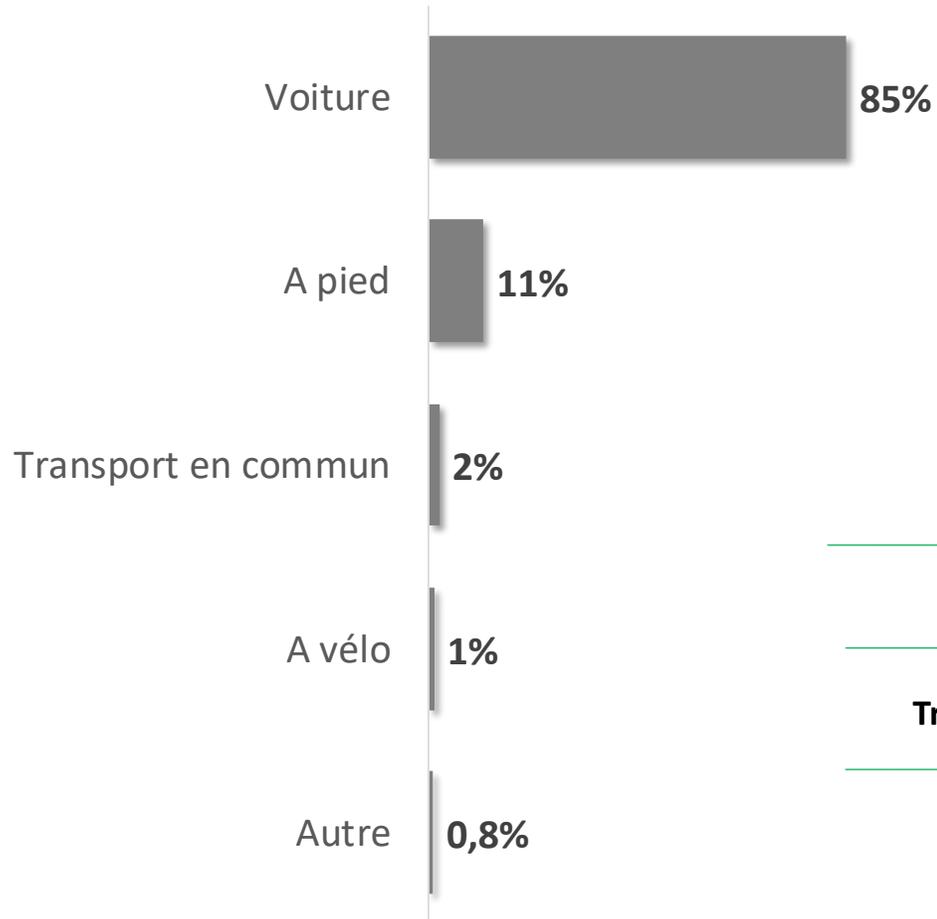
- LES ACTIVITES

Mode de transport

Quel était votre moyen de transport pour venir en station ?



Quel était votre mode de transport sur place en Haute-Maurienne Vanoise ?



Satisfaction client Eté 2019

Parking / stationnement



Signalisation en station



Transport intra-station / navettes





5



**JUGEMENT ET
SATISFACTION
CLIENTS**

• JUGEMENT ET SATISFACTION CLIENTS

Critères de satisfaction clients

Quelle est votre appréciation globale de votre séjour ?



☀️ E18 : 8,4/10
❄️ H19 : 8,4/10



JUIN

JUILLET

AOÛT

8,1

8,1

8,2



Bonneval sur Arc



Bessans



9,4/10



Aussois



8,9/10



Val Cenis



8,4/10



La Norma



8,5/10

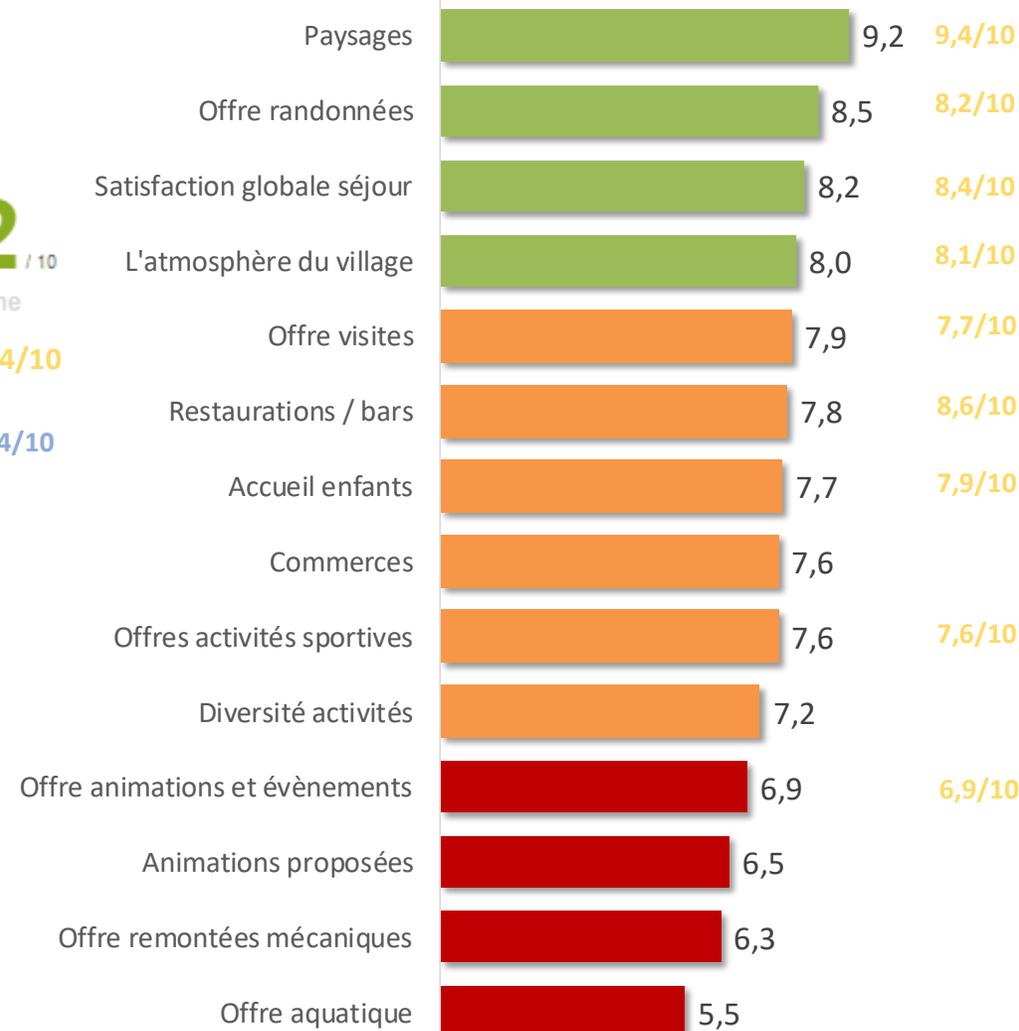


Valfréjus



7,9/10

Critères de satisfaction

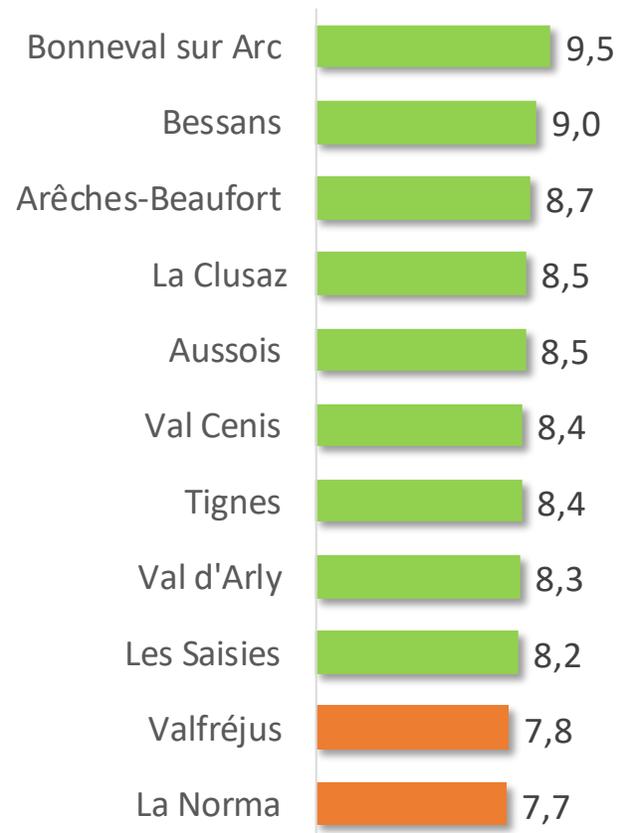


Toutes les notes de satisfaction sont basées sur une échelle de 0 à 10, 0 étant « pas du tout satisfait » et 10 étant « totalement satisfait ».
NB : Satisfaits = de 8 à 10/10. Neutres = de 6 à 7/10. Insatisfaits = de 0 à 5/10.

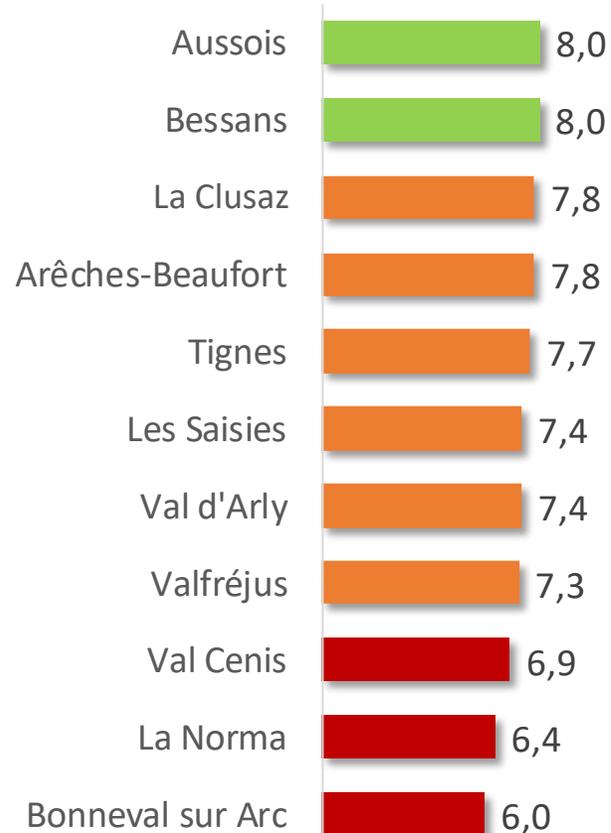
- JUGEMENT ET SATISFACTION CLIENTS

Critères de satisfaction clients - benchmark

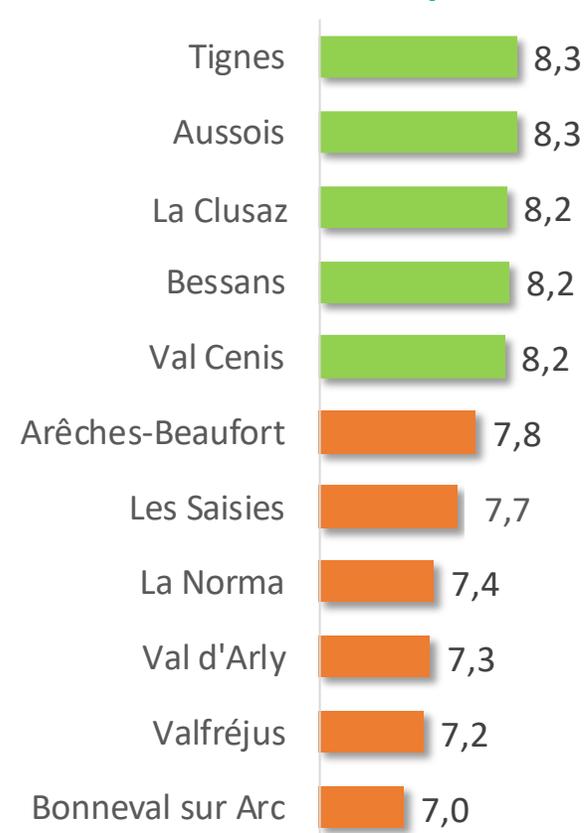
Satisfaction globale séjour



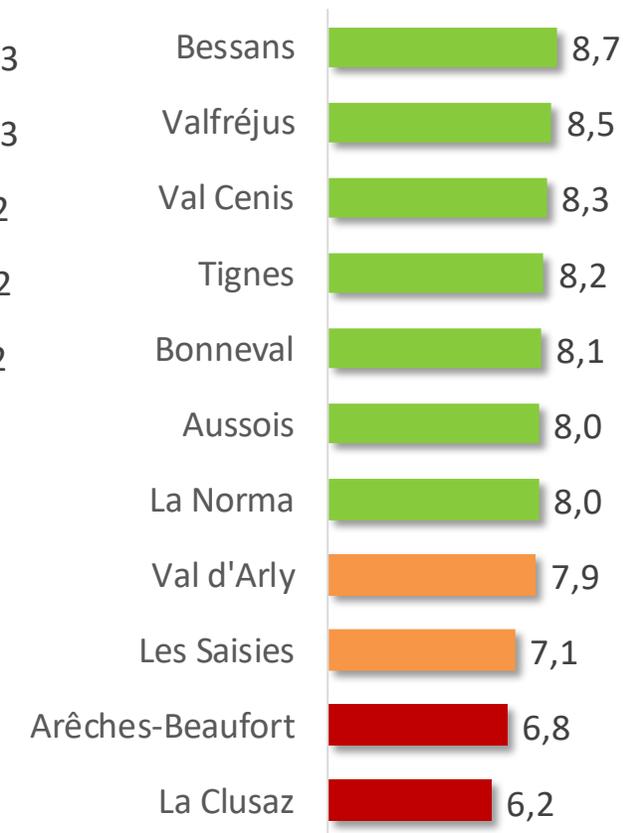
Les évènements et animations



Les activités sportives



Parking / stationnement



• JUGEMENT ET SATISFACTION CLIENTS

Office de Tourisme

E18



SATISFACTION AVANT LE SEJOUR

ÉTÉ 2019

E18



| | | | |
|--|--|------------|-----|
| | Le délai de réponse à votre demande | 7,6 | 8,4 |
| | La disponibilité et l'amabilité au téléphone | 7,9 | 8,5 |
| | La qualité de la réponse | 7,4 | 7,6 |
| | Les supports d'informations envoyés | 7,9 | 7,8 |
| | Les informations disponibles sur le site web | 6,9 | |

SATISFACTION PENDANT LE SEJOUR

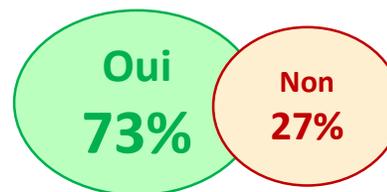
ÉTÉ 2019

| | | | |
|--|------------------------------------|------------|-----|
| | Le temps d'attente dans les locaux | 8,0 | 8,1 |
| | La disponibilité et l'amabilité | 8,1 | 8,5 |
| | La qualité de la réponse | 8,1 | 8,4 |
| | Commodité des locaux | 9,3 | 8,5 |
| | Documentation en libre service | 8,7 | 8,1 |
| | Horaires d'ouverture | 9,0 | 8,2 |
| | Documents proposés | 8,8 | |

A l'Office de Tourisme, vous a-t-on donné l'envie de pratiquer une activité, de découvrir un lieu ?



Vous a-t-on donné l'envie de revenir à l'Office de Tourisme ?



Facteurs de fidélisation et d'attrition



QUELS ASPECTS DE LA STATION VOUS DONNENT LE PLUS ENVIE DE REVENIR ?

Recodage question ouverte / Taux de réponses : 48%

Les paysages,
le cadre

- « Des paysages dont je ne me lasse pas »
- « La beauté de la montagne et l'air très sain à respirer »
- « Le cadre apaisant, la station piétonne, le paysage »
- « Le Parc National de la Vanoise accessible sans voiture. »
- « Préservation du milieu montagnard et proximité du PNV. »

Les activités en
général

- « La proximité des activités et des lieux à visiter »
- « La diversité des randonnées dans les alentours, alternance du difficile avec du plus cool »
- « La beauté du domaine et toutes les possibilités sportives et culturelles qu'elles offrent. »

Le côté station
familiale

- « Aspect familial, le charme d'une petite station où on peut faire de belles rencontres et côtoyer les mêmes personnes plus facilement »
- « Le côté familial, les enfants peuvent sortir en toute sécurité »
- « Station familiale, chaleureuse, agréable »

L'atmosphère
le village

- « La montagne, l'ambiance du village »
- « La gentillesse des habitants leur confiance et la vie simple et paisible qui règne »
- « Une station qui jusqu'à présent a su conserver une taille humaine et attirer encore un public qui connaît la montagne »



QUELS ASPECTS DE LA STATION VOUS DONNENT LE MOINS ENVIE DE REVENIR ?

Recodage question ouverte / Taux de réponses : 45%

Activités /
animations

- « Attention aux animations qui sont à la baisse et les touristes risquent d'aller voir ailleurs !!!
- « Les activités pas du tout intéressantes et de moins en moins nombreuses, manque d'un espace eau dans la station. »
- « L'équipe d'animation de l'office du tourisme. Malgré des moyens, manque d'animation mais surtout de communication.
- « Très peu d'activité et de commerces (coop laitière, marché,...) en activité la première semaine de juillet !

Prix / budget

- « Tarifs des pass cosy ou activité . Prix des activités »
- « Prix excessif pratiqué dans les commerces et pour certaines animations ou visites »
- « Les prix des animations et des remontées mécaniques »

Circulation,
parking

- « Les bouchons du samedi dans la vallée et autour de Chambéry. »
- « Les transports par car qui n'ont pas de correspondance systématique avec le tgv à Modane »
- « La complexité des correspondances de transport »

Hébergement

- « La location trop petite pour 6 adultes et 1 enfant en particulier lorsqu'il pleut »
- « Hébergements locatifs bruyants »
- « L'état et l'entretien lamentable du camping qui se dégrade de plus en plus au fil des années, son manque d'hygiène et son état d'abandon global.

• JUGEMENT ET SATISFACTION CLIENTS

Net Promoter Score

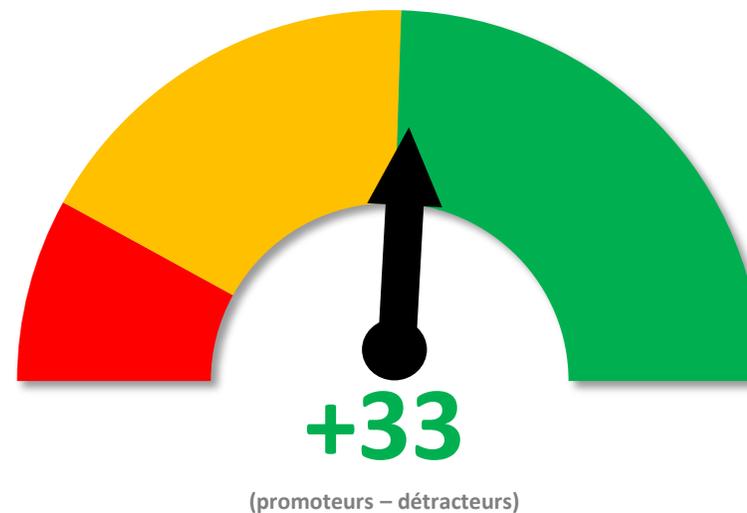
Le Net Promoter Score est un indicateur de fidélité client. Il évalue dans quelle mesure le répondant recommande la station à ses amis, ses proches ou ses collègues.

Il permet de classer les clients en trois catégories selon leur degré d'enthousiasme : promoteurs (score de 90% ou 100%), passifs (score de 70% ou 80%), détracteurs (score de 0% à 60%).

Le NPS est calculé en prenant le pourcentage de promoteurs et en y soustrayant le pourcentage de détracteurs. Un NPS positif est considéré comme indication d'une bonne satisfaction des clients et par conséquent d'une bonne recommandation.

Le NPS cet été 2019 est de +33 tandis que celui de l'hiver est de + une recommandation en baisse sur les 6 stations, à surveiller...

NPS : Pensez-vous recommander ce territoire à vos proches ? Avec quelle probabilité ?



E18 ☀️ +45
H19 ❄️ +52

| | Bonneval sur Arc | Bessans | Aussois | Val Cenis | La Norma | Valfréjus |
|--|------------------|---------|---------|-----------|----------|-----------|
| | +81 | +50 | +41 | +22 | +24 | +37 |

| | | | | | | |
|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| E18 ☀️ | +90 | +61 | +36 | +56 | +36 | |
| H19 ❄️ | +62 | +16 | +63 | +47 | +69 | +48 |



6



SYNTHESE

La Haute-Maurienne Vanoise l'été :

- Un poids important de la clientèle provenant de la région de proximité **Auvergne Rhône-Alpes** (25%), en lien avec la fréquentation impactée par les propriétaires (24%) : à valoriser sur des courts séjours / bon plans / parc vanoise / last minute / pass.
- Un socle de **clients fidèles** : près d'un tiers des clients étaient présents en été 2018 dans la station et un autre tiers est déjà venu en été et hiver sur le territoire, des **réservations anticipées**
- **Les agences de voyage en ligne** sont le premier canal de réservation (24%), fondamentale en Haute Maurienne Vanoise et très **efficace** sur le territoire.
- Un échantillon composé d'une **clientèle familiale** mais aussi d'une **clientèle sportive**, de spécialistes montagne : plus de la moitié ont fréquenté une destination montagne l'été passé.
- Une **multitude d'activités** proposées aux clients. La **randonnée**, le **VTT** et les multiples autres activités proposées (sportives et culturelles) par la destination ainsi que la présence du Parc National de la Vanoise sont de **vraies forces** de la destination qui permettent de **fidéliser** la clientèle et qui rendent attractifs et dynamiques ces villages.
- Le cadre, l'environnement, les charme des villages, la beauté des paysages font partis des éléments essentiels dans le choix de la destination, poussés par le patrimoine naturel et culturel de la Haute-Maurienne ainsi que de son rayonnement proche (Parc National de la Vanoise, pierres fortes...)
- De nombreux flux observés d'une station à l'autre, des stations très complémentaires sur le territoire. La mobilité entre les sites est à valoriser, notamment dans les différents pass, auprès des hébergeurs et commerçants..

Des points d'amélioration perfectibles :

- La circulation et le stationnement dans la station peuvent poser problème sur certaines périodes de l'été
- Un manque d'activités et d'animations dans la station sur certaines périodes « creuses » et pour toutes les catégories d'âge
- Les politiques tarifaires de la station peuvent engendrer quelques insatisfaction clients
- Le manque de certains points d'eau ludiques dans certaines stations

Des éléments à exploiter pour le recrutement de la clientèle estivale :

- 30% de primo-accédants : un potentiel de développement de cette clientèle existe, il peut prendre appui sur une **meilleure représentation** sur le marché Nord et Nord-Est de la France.
- Cette nouvelle clientèle comporte principalement des clients qui consacrent un budget important à son séjour estival.
- Des primo-accédants **à satisfaire, à fidéliser**, des niveaux de recommandation légèrement inférieurs aux moyennes observées.... À surveiller.
- Des canaux de distribution propices à générer des nouveaux clients : les grands hébergeurs et les agences de voyage en ligne : former les équipes capables de bien vendre la destination, le travail mené l'hiver doit se poursuivre l'été.



**Haute
Maurienne
Vanoise**



~ Toute l'équipe G2A reste à votre disposition ~

Vos contacts G2A :

Alain VITALE – alain.vitale@g2a-consulting.fr – 06 61 32 27 12

Gilles REVIAL – gilles.revial@g2a-consulting.fr – 06 80 00 02 40

Emilie MAISONNASSE – emilie.maisonasse@g2a-consulting.fr – 06 73 33 20 90

Julie BALMET – julie.balmet@g2a-consulting.fr – 06 23 13 55 46



- **Lien pour la consultation du questionnaire (WORD) :**
https://vip.sphinxonline.net/g2a/E19_TC_VF/questionnaire_hmv_ete2019.htm

- **Lien du webreporting pour la consultation des résultats en temps réel :**
https://vip.sphinxonline.net/g2a/E19_TC_VF/reporting6522_HMV.htm

- **La traduction du questionnaire de l'enquête est sous-traitée, validée et contrôlée par notre prestataire extérieur :**
 - *D. Reisman pour l'anglais*

- **G2A est certifié ISO 20252. La certification vous garantit la confidentialité, protection et sécurisation des données.**

