



Haute
Maurienne
Vanoise

Observatoire des profils,
comportements,
satisfaction clients



Résultats été 2020



Sommaire

- 1** PROFILS CLIENTS 
- 2** PROCESSUS DE CHOIX & RESERVATION SEJOUR 
- 3** LES ACTIVITES 
- 4** SATISFACTION CLIENTS 
- 5** LA MONTAGNE FACE AUX ENJEUX CLIMATIQUES ET ENVIRONNEMENTAUX 
- 6** SYNTHESE ET PRECONISATIONS 

Objectifs et méthode d'enquête

Caractériser les profils clients

Déterminer les comportements et motivations clients

Evaluer la satisfaction clients

Identifier les attentes et les besoins de la clientèle



- **Enquête en ligne** (🇫🇷🇬🇧), **post-séjour** auprès de clients venus dans la station pendant **l'été 2020**

368
Réponses

(E19 = 405 réponses)

- **Mobilisation des répondants** : Site web / Newsletter, BDD Office de Tourisme / Centrale réservation / Remontées mécaniques, BDD hébergeurs



! *Au regard du faible nombre de réponses par site, peu de distinctions sont réalisées dans ce rapport pour chacune des stations de la Haute Maurienne Vanoise.*



- **Durée moyenne** du questionnaire : **~15 minutes**



- **Période** d'enquête : du **1^{er} juillet 2020** au **30 septembre 2020**

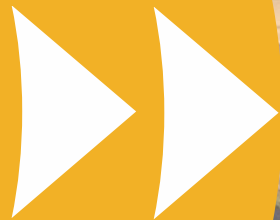


- **Redressement des données** : canaux de réservation & périodes (*représentativité de l'échantillon collecté*)

- **Comparatif avec l'échantillon été 2019** E19



Profils clients





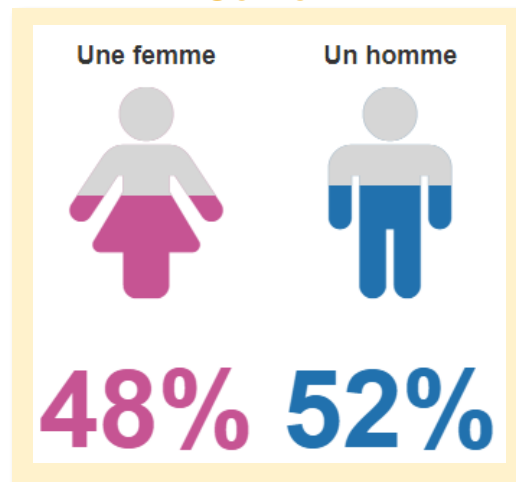
Composition de l'échantillon

La moyenne d'âge de la clientèle en Haute Maurienne Vanoise cet été 2020 est de 50 ans.

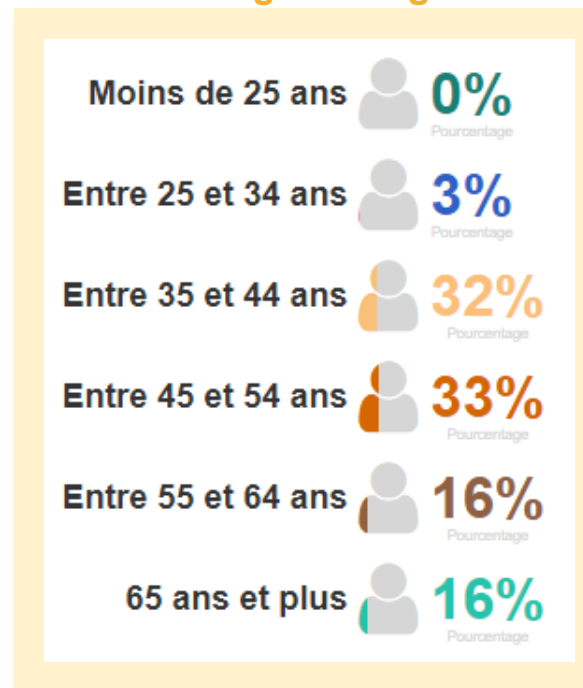
3% des clients ont moins de 35 ans, clientèle sous-représentée. Près de deux tiers des clients ont entre 35 et 54 ans : clientèle fortement représentée.

Le profil familial impacte la clientèle estivale de cette destination qui regroupe près d'un client sur 2 en couples avec enfant(s).

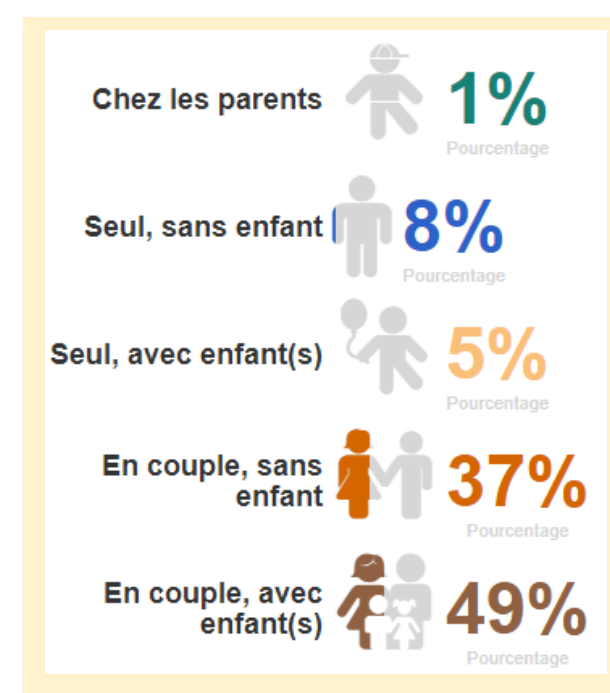
Genre



Catégorie d'âge



Situation familiale



Moyenne d'âge : 50 ans

Moyenne d'âge : 48 ans





Origine clientèle

La principale région émettrice sur le marché français est la **région de proximité Auvergne Rhône-Alpes** pour plus d'un quart des clients (27%). Une clientèle de proximité bien représentée cet été.

La Haute Maurienne Vanoise a également su conquérir les parties nord et est de la France : 24% des clients d'Île-de-France et 8% des Hauts-de-France, 9% du Grand-Est.

Certaines régions bordant les côtes du littoral français sont légèrement sous-représentées : Bretagne, Aquitaine, Occitanie, PACA et serait un axe majeur pour la conquête de nouveaux clients.

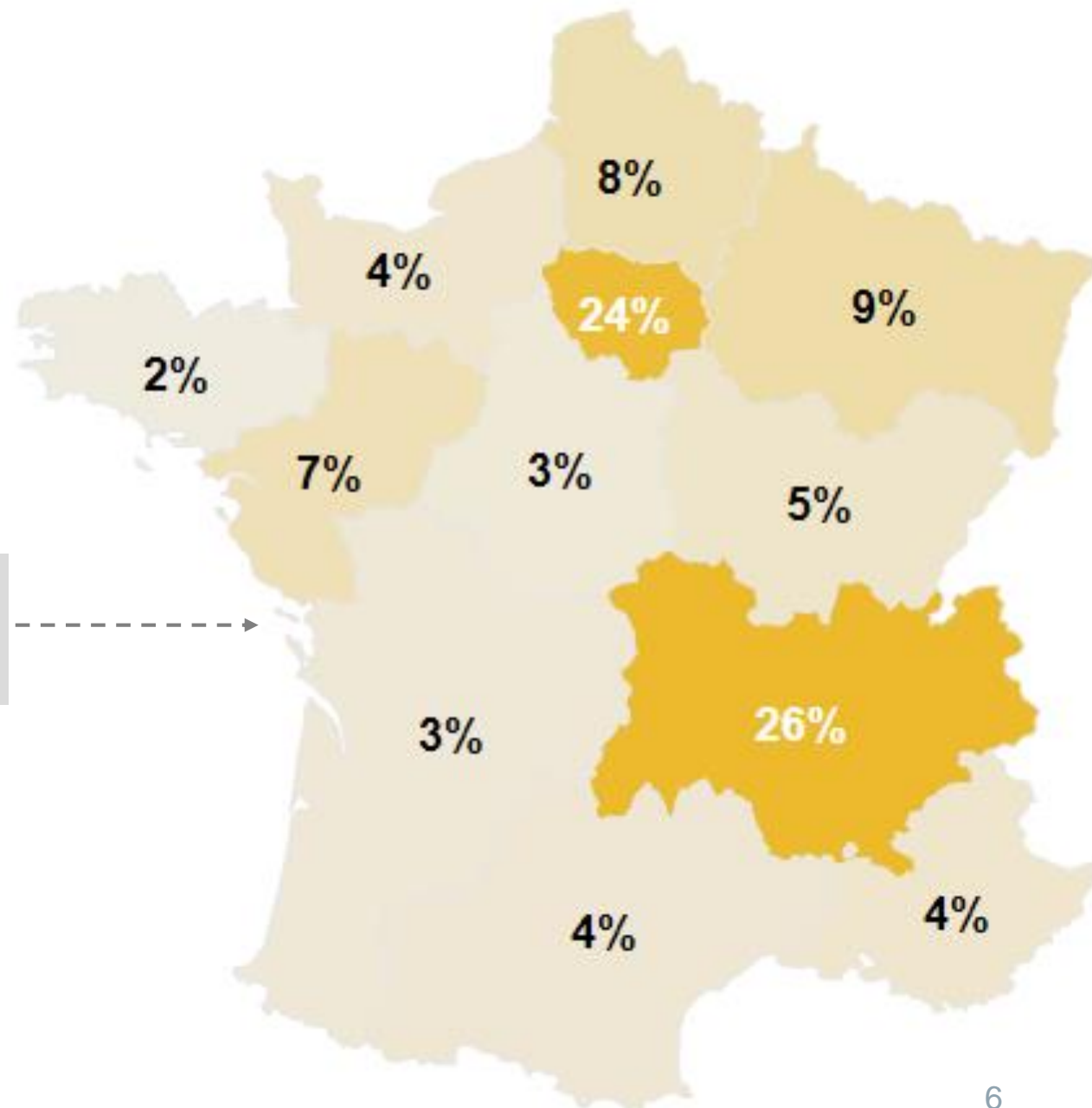
Une clientèle très franco-française cette saison estivale 2020, avec quelques autres nationalités présentes aussi : belges...



94% de français



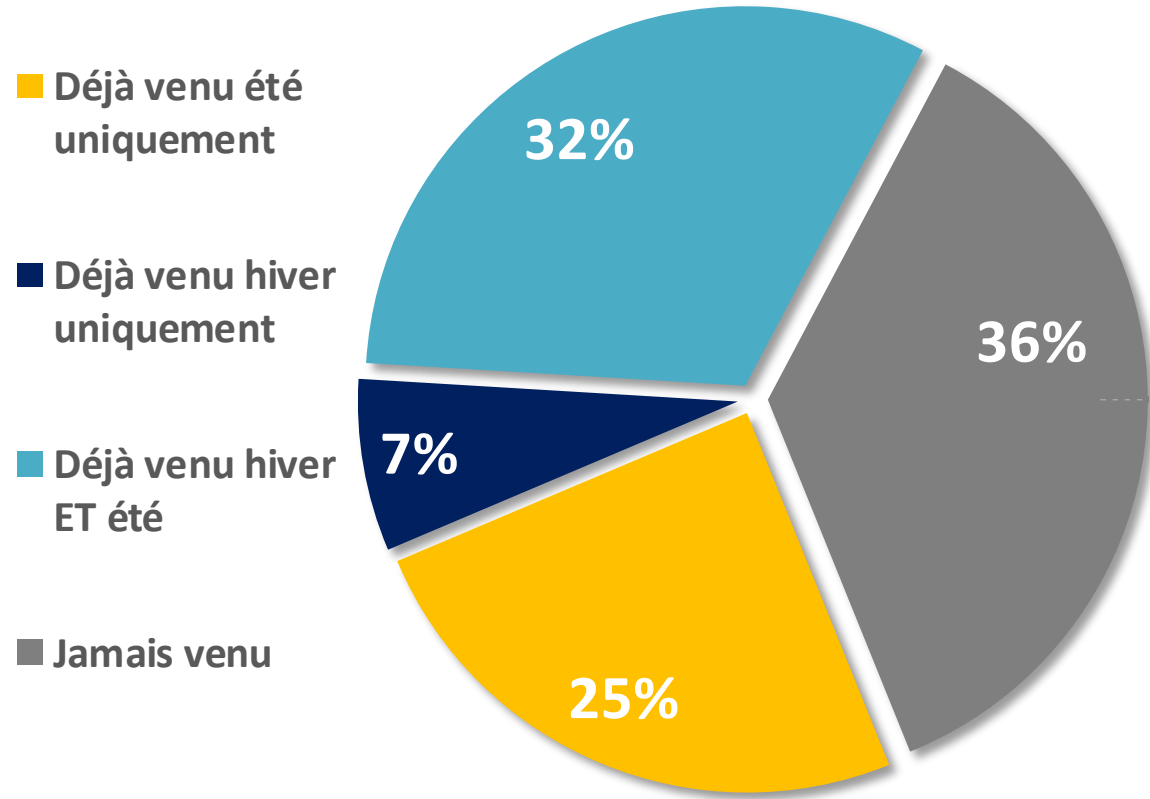
4% de belges





Fidélité de la clientèle

Êtes-vous déjà venu en Haute-Maurienne Vanoise ?



Quels sont les traits discriminants de ces nouveaux clients cet été 2020 (vs échantillon global) ?

- 35% fréquentent généralement des destinations littorales (vs 28%)
- 36% ont choisi La Clusaz pour les activités montagne (vs 29%), 27% pour la renommée / réputation (vs 12%) et 21% pour la distance (vs 10%)
- Budget total séjour : 1825€ (vs 1794€)
- 72% fréquentent d'autres destinations pendant le séjour (vs 67%)
- Satisfaction globale séjour : 8,5/10 (vs 8,7)

Été 2019
Jamais venu = 30%

36% des clients présents en Haute Maurienne Vanoise cette saison 2020 n'étaient **jamais venus** auparavant, ni en été, ni en hiver.

En revanche, près d'un tiers (32%) des clients est déjà venu dans cette destination en période hivernale mais également estivale.

La destination Haute Maurienne Vanoise dispose d'un **socle de clients fidèles** mais bénéficie également d'un taux de renouvellement de clientèle intéressant en lien avec ses modes de commercialisation et sa structure d'hébergement. D'autant plus que pendant cette saison d'été, ce taux a progressé cette saison passant de 30% à 36%, le **recrutement de nouveaux clients** a bien fonctionné cette saison principalement en raisons de la pandémie Covid.

La destination a donc su bien jouer avec sa clientèle fidèle mais aussi recruter de nouvelles clientèle cet été 2020 pour confirmer ses performances.



Budget séjour

En moyenne, les clients dépensent **1295€** pour un séjour en Haute Maurienne Vanoise cette saison 2020 : budget en belle augmentation par rapport à la saison 2019.

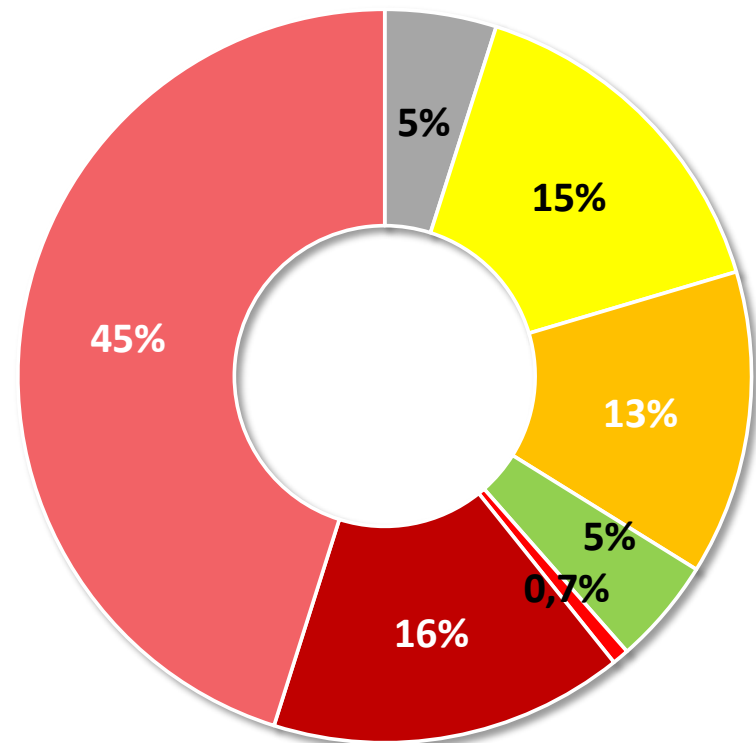
Le budget moyen par jour et par personne est de 32€.

L'hébergement, premier poste de dépense, représente près de la moitié (45%) du budget total du séjour.

Des consommations intéressantes en matière de commerces alimentaires et de restauration / bars qui atteignent 28% en part de marché du budget total.



Répartition des postes de dépenses

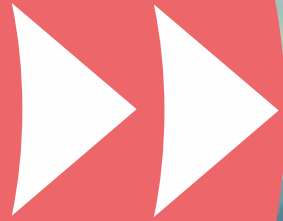


- Divers
- Commerce d'alimentation
- Restauration / bars
- Activités sportives / visites
- Enfants / garderie
- Voyage
- Hébergement

Station	Budget 2020	Budget 2019
Bonneval sur Arc	1785€	1692€
Bessans	1178€	1615€
Aussois	1203€	958€
Val Cenis	1222€	1159€
La Norma	1608€	1128€
Valfréjus	1503€	881€



Processus de choix et réservation séjour



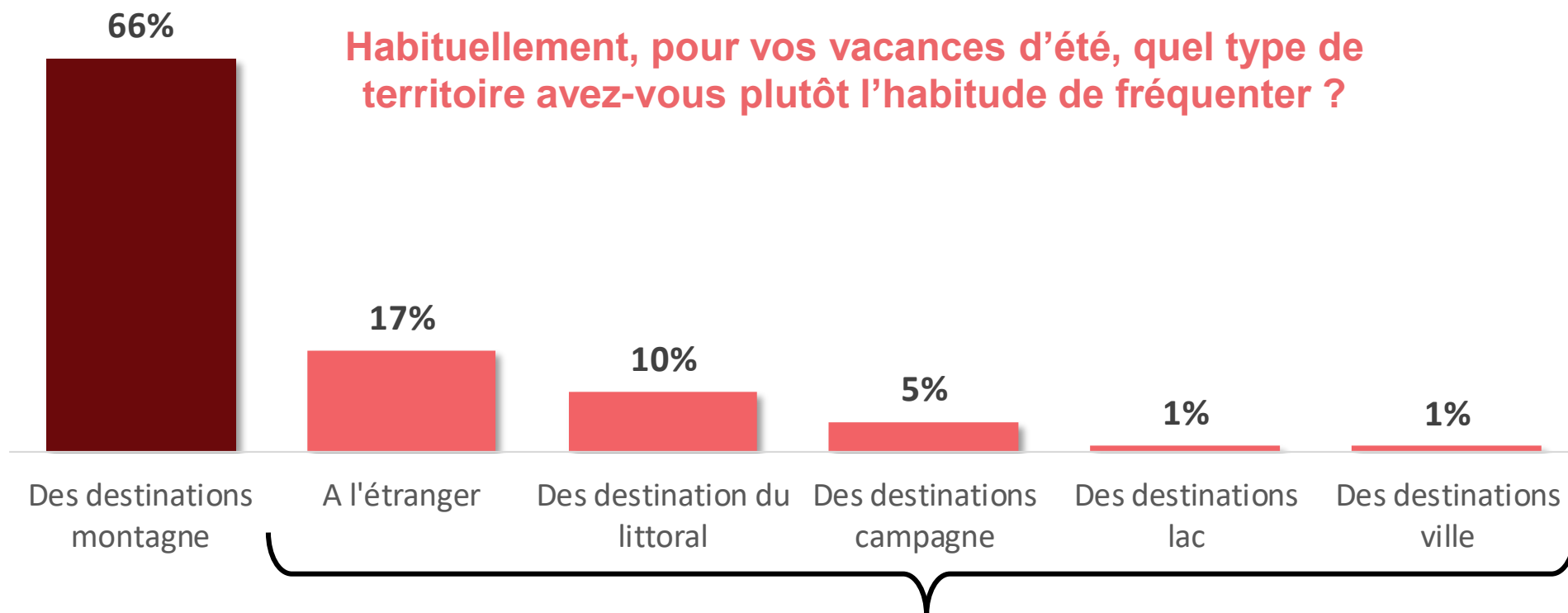


Près de deux tiers des clients (66%) venus cet été sur le territoire sont des habitués de la montagne l'été.

A l'inverse, nous notons que près d'un tiers des clients ne sont pas des habitués de la montagne l'été et choisissent généralement plutôt d'autres types de destinations (littoral, étranger...) mais ont choisi la montagne cet été 2020 principalement en raisons de cette crise sanitaire et du contexte très anxiogène cet été.

La Haute Maurienne Vanoise a su se démarquer et conquérir, en partie, une nouvelle clientèle cet été 2020 en captant des clients des territoires concurrentiels à la montagne l'été.

Habitudes été



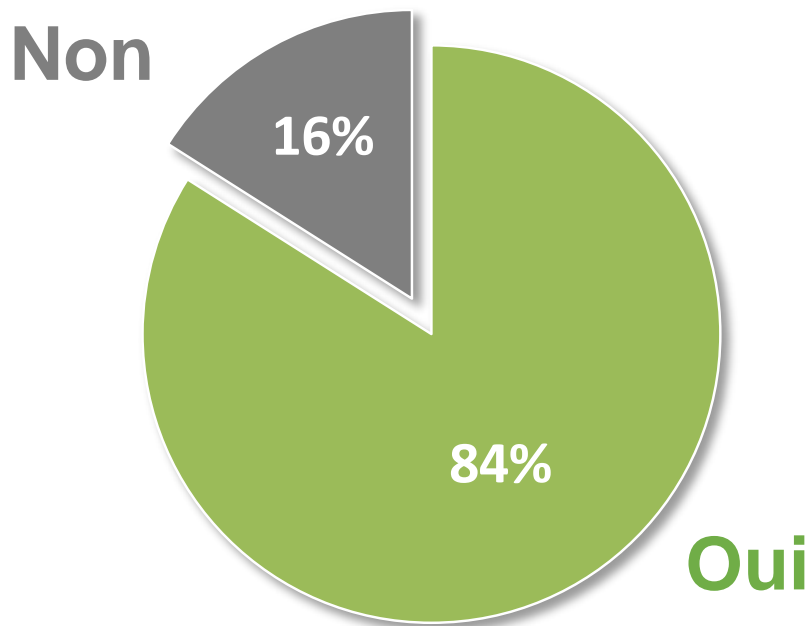
Pour quelles raisons avez-vous choisi une destination montagne cette été ?

1. Contexte Covid19
2. Besoin d'espaces, de grand air, loin de la foule, calme
3. Découverte de la montagne, changement de style de vacances









Informations mesures sanitaires

Avez-vous été bien informé en amont de votre séjour sur les mesures prises concernant le protocole sanitaire sur place ?



Appréciation des mesures prises sur le protocole sanitaire durant le séjour :

	Dans votre hébergement	Dans les équipements publics
	8,6	8,5
 Bonneval sur Arc	9,1	8,6
 Bessans	8,9	9,0
 Aussois	9,0	8,7
 Val Cenis	8,5	8,4
 La Norma	7,6	8,0
 Valfréjus	8,1	8,6



Les paysages et l'environnement de la destination est le premier critère dans le choix de la destination cet été 2020 pour plus d'un tiers des clients (36%).

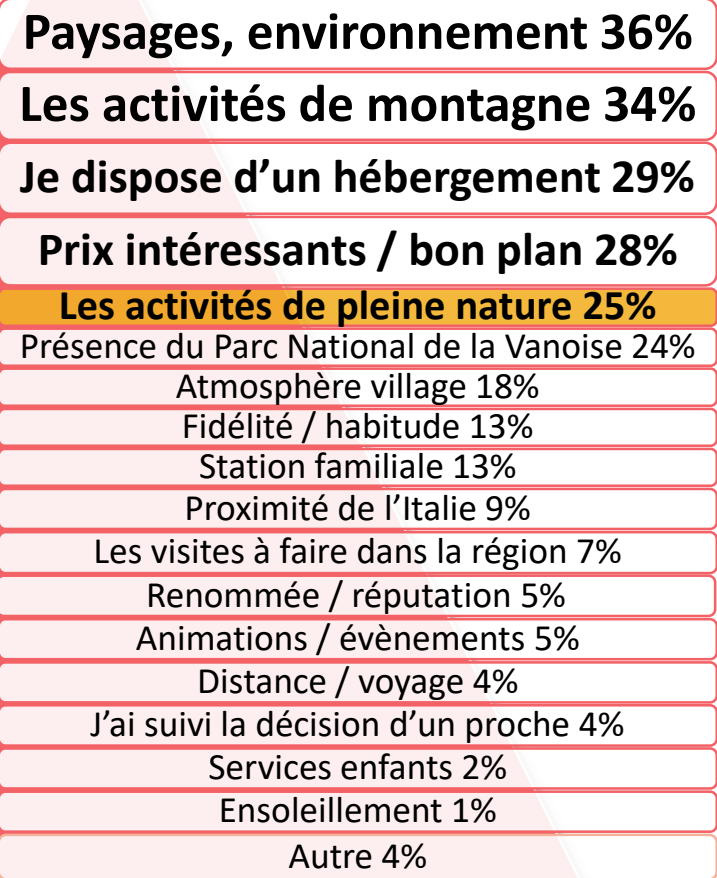
Les activités de montagne font aussi parties des éléments essentiels pour plus d'un tiers des clients également. Une vraie force pour la destination.

Plus d'un quart des clients ont également choisi la Haute Maurienne Vanoise cet été parce qu'ils possèdent un bien sur la destination, en lien avec la structure d'hébergement non-marchand.

Le positionnement de la destination semble en parfaite adéquation avec la vision clients : paysages, environnement, Parc National de la Vanoise, activités, station village, famille...

Critères de choix destination

Qu'est-ce qui vous a conduit à choisir cette destination plutôt qu'une autre destination ?



Été 2019

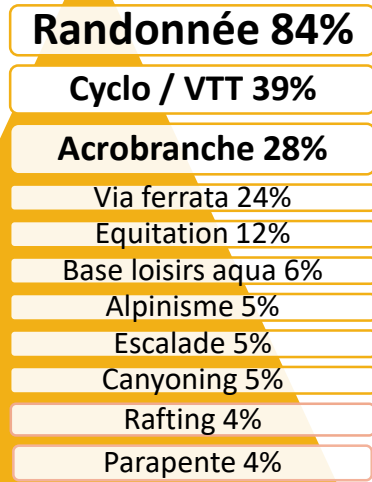
Paysages, environnement 36%

Prix intéressants 35%

Les activités de montagne 29%

Je dispose d'un hébergement 25%

Précisez quelles activités de pleine nature ?





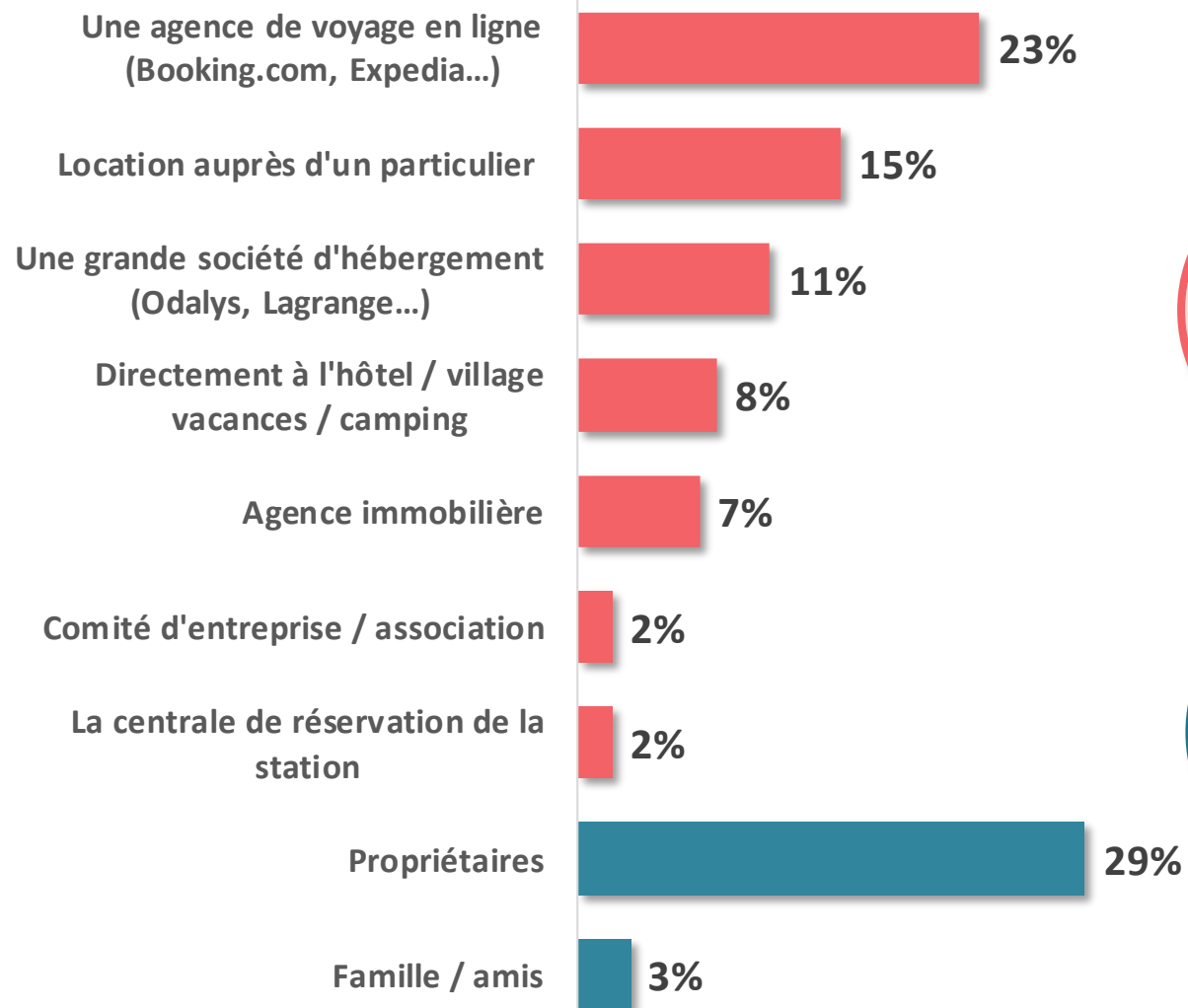
La Haute Maurienne Vanoise enregistre **68% de réservations marchandes** cette saison estivale 2020 (réservations à titre onéreuse), en lien avec ses canaux de distribution et sa structure de lit.

La part des agences de voyage en ligne regroupe près d'un quart des réservations et est le premier canal. Les locations auprès d'un particulier directement ont été importantes cet été : 15% des réservations.

Le secteur non-marchand représente 32% des séjours cet été, contre 29% l'été passé. Une légère hausse des séjours propriétaires / amis / famille cet été dans la destination en lien avec le contexte sanitaire.

Canal de réservation

Qui était votre interlocuteur pour la réservation ?



68%

de réservations marchandes

Été 2019
71%

32%

de réservations non marchandes

Été 2019
29%



(Clients marchands)



Le processus de réservation de l'hébergement s'effectue à **plus de 3 mois à l'avance** pour 23% des clients, contre 31% l'été passé.

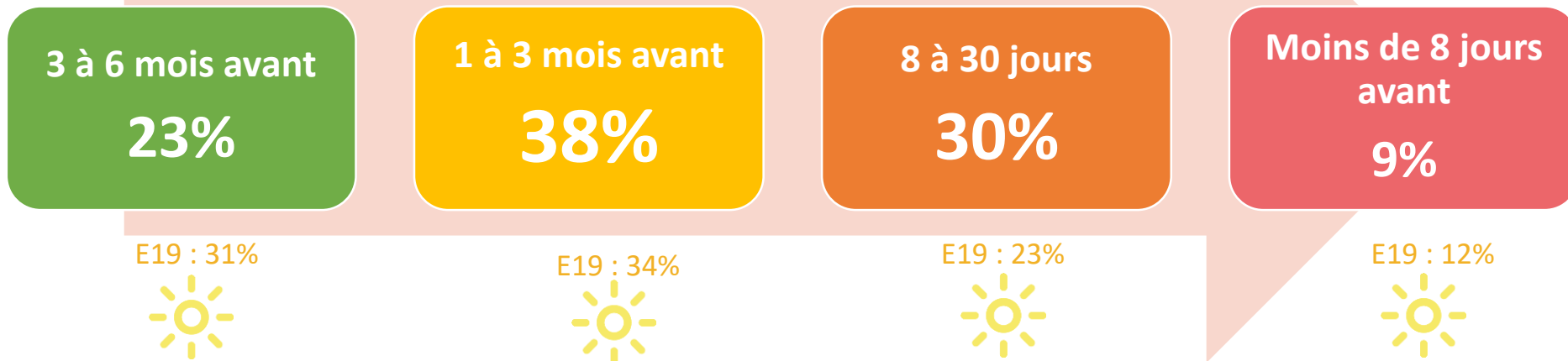
39% des clients ont réservé leur hébergement à moins de 30 jours avant le séjour, contre 35% l'été dernier.

Ces chiffres nous montrent ainsi le **processus de réservation plus tardif** cet été principalement en raisons du contexte sanitaire.

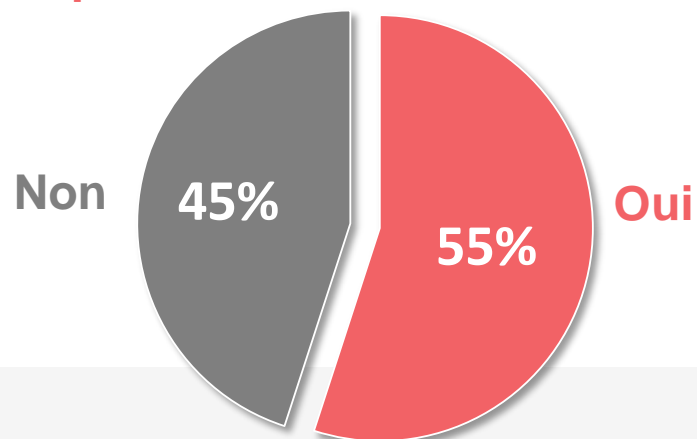
Plus de la moitié des clients disent s'être décidés plus tard que d'habitude pour leurs vacances estivales.

Délai de réservation

Quand avez-vous réservé votre hébergement ?



Vous êtes-vous décidé plus tard que d'habitude pour vos vacances d'été ?





(Clients marchands)



Le confort et l'équipement de l'hébergement sont des aspects importants du séjour pour le client.

64% des clients étaient hébergés dans un bien rénové, 22% dans un bien plutôt ancien et le dernier quart dans un bien moderne.

Très peu d'insatisfaction sur la qualité des hébergements, une belle note globale de satisfaction pour les hébergements de la destination HMV.

Une belle offre d'hébergement sur le territoire : un réel atout pour l'attractivité de la destination.

Etat hébergement

Globalement, quel était l'état général de votre hébergement ?

Rénové
(moins de 10 ans)

64%

Ancien

22%







Moderne
(moins de 5 ans)

14%

Satisfaction hébergement

Appréciation globale hébergement

Appréciation propreté hébergement

	Appréciation globale hébergement	Appréciation propreté hébergement
	8,6	8,5
Bonneval sur Arc	9,7	9,6
	8,3	8,5
Bessans	8,3	8,5
	8,7	8,4
Aussois	8,7	8,4
	8,6	8,7
Val Cenis	8,6	8,7
	7,8	7,1
La Norma	7,8	7,1
	8,3	8,3
Valfréjus	8,3	8,3

(Clients marchands)

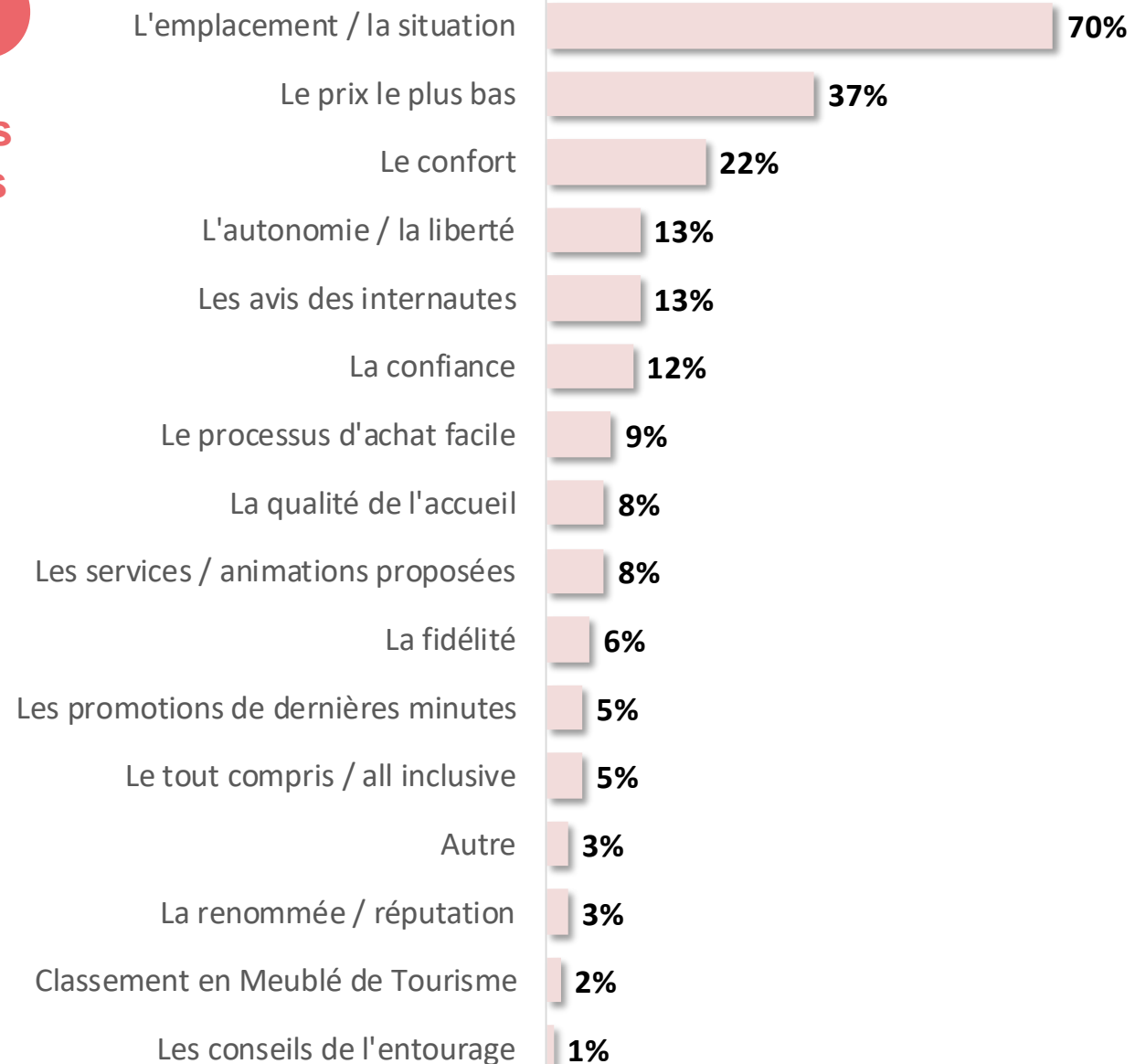


L'emplacement et la situation du bien dans la station est, de loin, le critère numéro 1 pour le choix du canal de réservation de l'hébergement.

Le confort ainsi que le prix attractif sont également des éléments décisifs dans le choix.

Critères de choix hébergement

Lors de la réservation, quels sont vos principaux critères dans le choix du canal de réservation ?





(Clients marchands)



Durée de séjour

Quelle était la durée de votre séjour ?

9,6
nuits
en moyenne

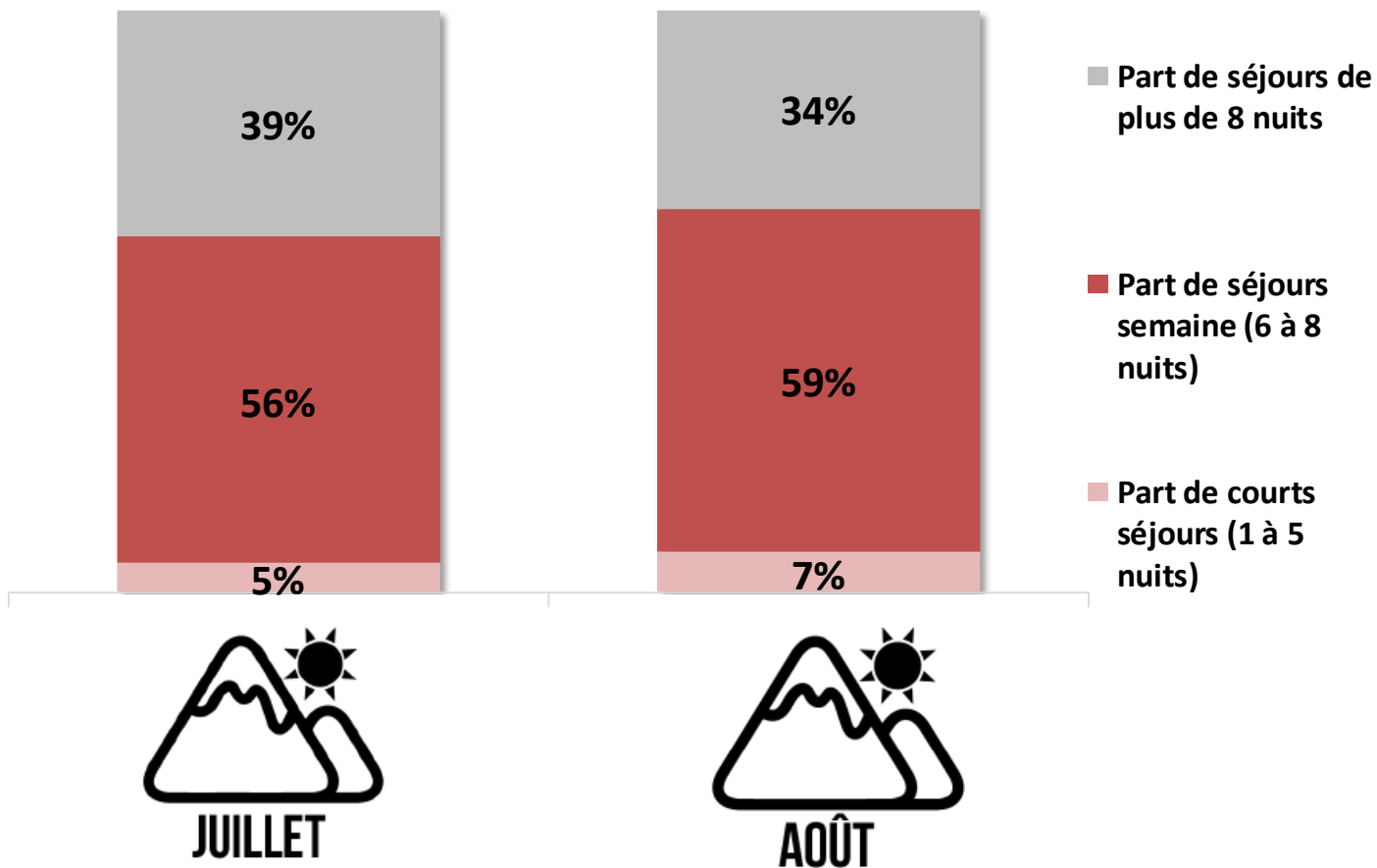
9,8 nuits
Été 2019



La durée moyenne d'un séjour à en Haute Maurienne Vanoise cet été 2020 est de **9,6 nuits pour un séjour marchand**, quasiment stable par rapport à l'été précédent.

La part des séjours semaine représente plus de la moitié des séjours.

La part des séjours plus longs représente plus d'un quart des séjours.





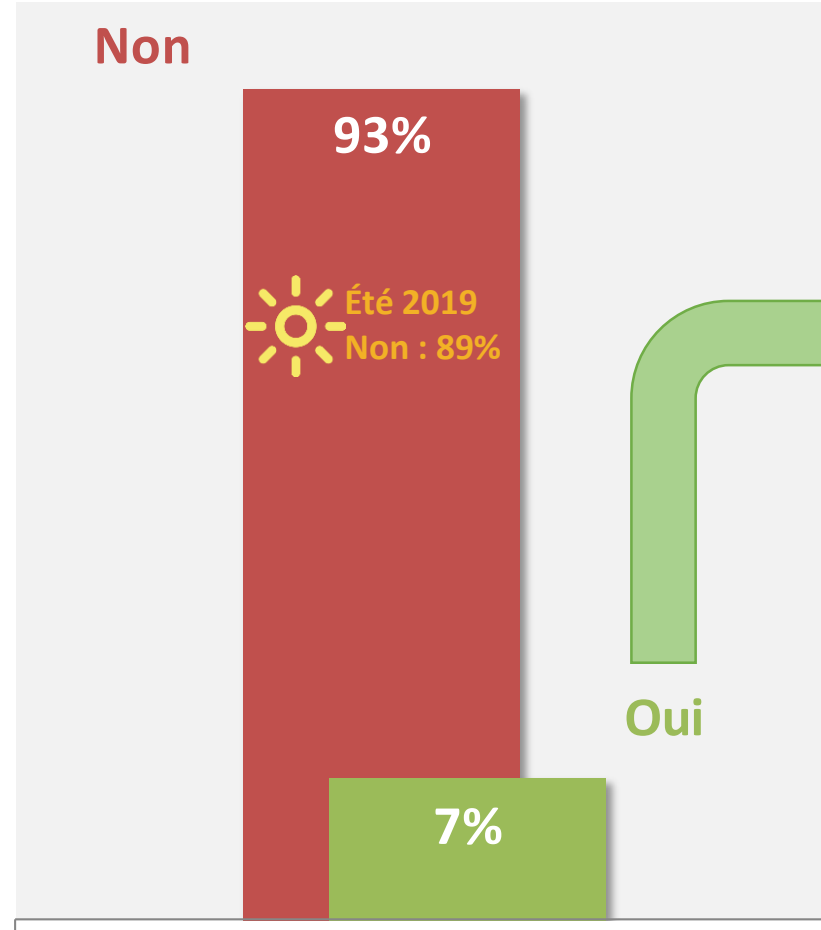
(Clients marchands)



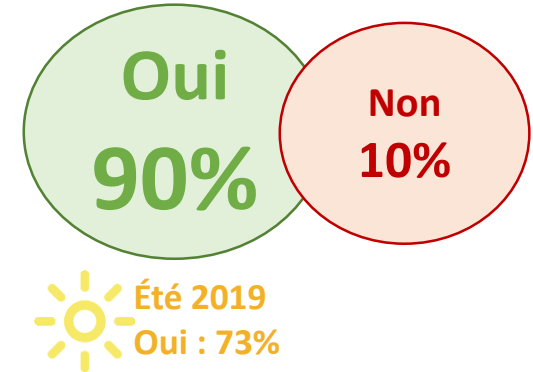
Lors du séjour, 7% des clients ont sollicité l'intervention d'un technicien dans leur hébergement.

Cette intervention a répondu aux attentes de 90% de la clientèle ciblée.

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

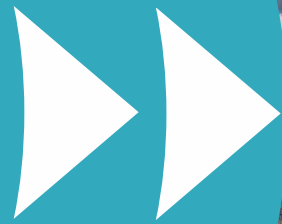


Cette intervention a-t-elle répondu à vos attentes ?





Les activités





Motivations

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

(Note sur 5 : une note élevée montre une forte motivation)

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

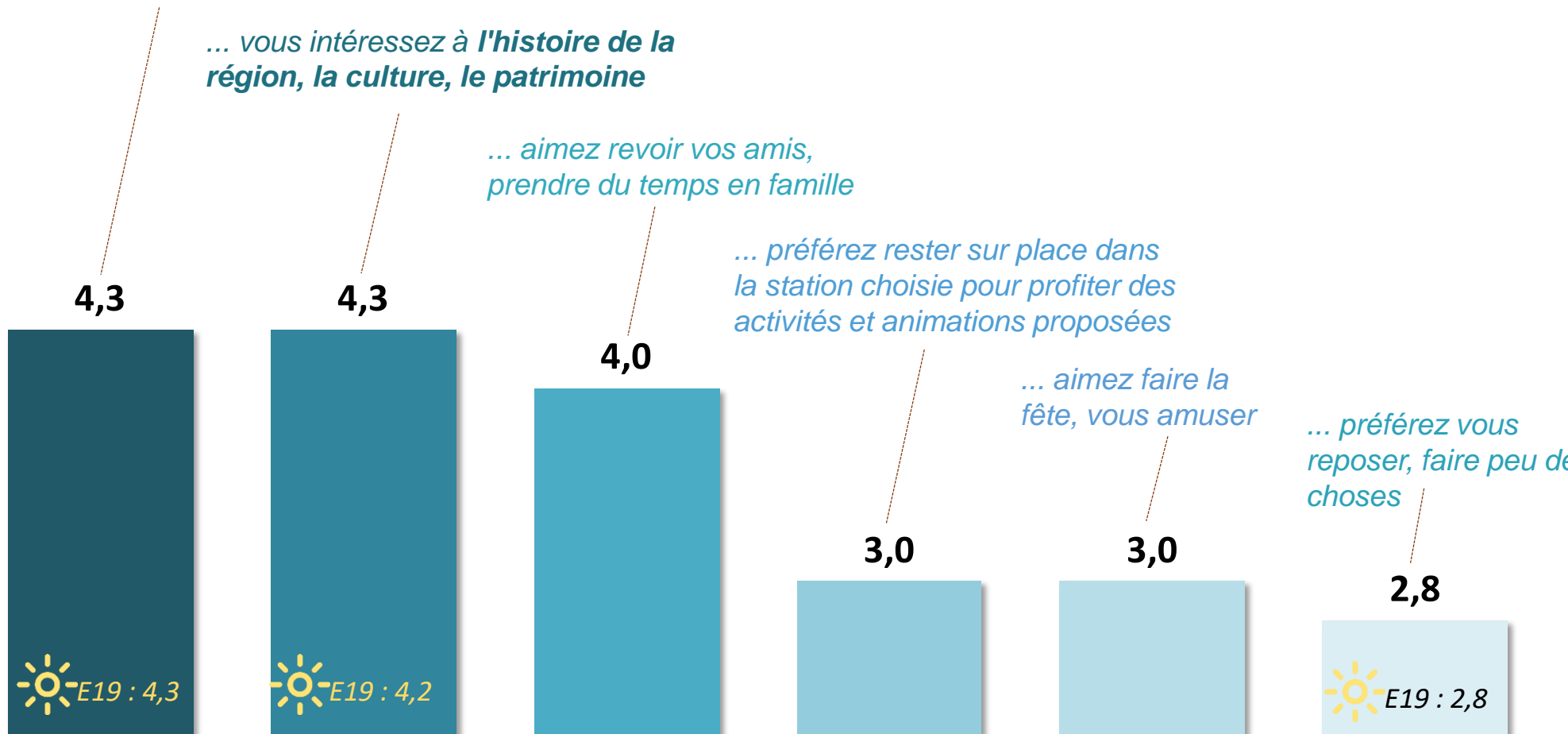
... vous intéressez à **l'histoire de la région, la culture, le patrimoine**

... aimez revoir vos amis, prendre du temps en famille

... préférez rester sur place dans la station choisie pour profiter des activités et animations proposées

... aimez faire la fête, vous amuser

... préférez vous reposer, faire peu de choses



Les motivations principales des clients en Haute Maurienne Vanoise cet été 2020 sont dominées par **une appétence pour les activités physiques et sportives**.

Les clients marquent également un fort intérêt pour la **découverte, l'histoire de la région, sa culture et son patrimoine...** la mise en avant des différentes possibilités de découverte du territoire est un axe important pour la destination.

La destination dispose d'une clientèle plutôt dynamique et donc peu intéressée par le farniente pendant son séjour de vacances.



La randonnée, en montagne, est la principale activité réalisée par les clients cette saison pour trois quarts des clients.

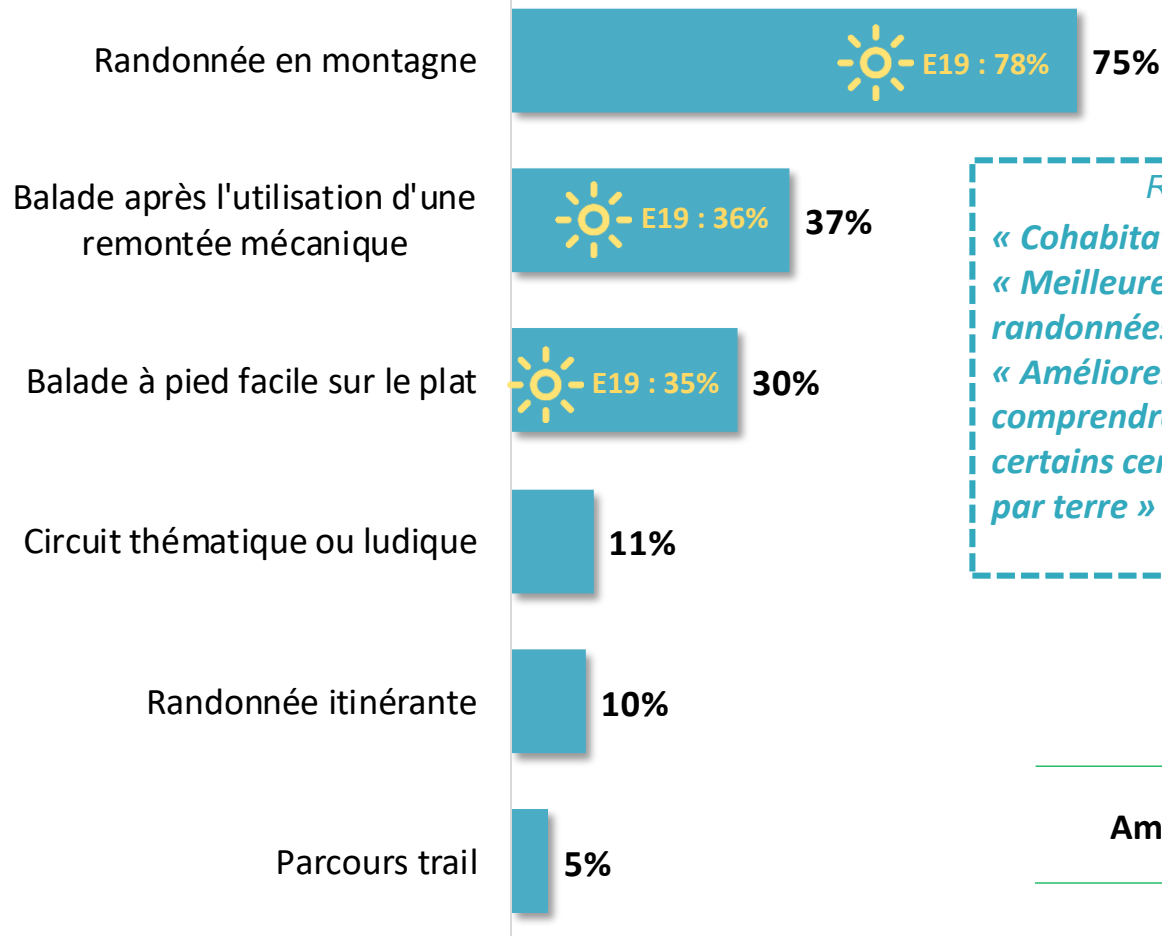
Les balades à pied font également parties des activités les plus pratiquées.

De bonnes notes de satisfaction obtenues concernant les itinéraires de randonnées.

Quelques indications, balisage, fléchage... ou encore le partage entre les sentiers piétons et vététistes semblent être les principales causes de quelques insatisfactions clients.

Activités pratiquées

Quelle(s) activité(s) avez-vous pratiquées ?



Appréciation offre randonnées

8,9

E19 : 8,5



Randonnées et promenades

Remarques / suggestions

« Cohabitation dangereuse avec les VTT »

« Meilleure sécurisation des abords des chemins de randonnées familiales. »

« Améliorer la signalisation des randonnées, difficile à comprendre pour certains (ex le cirque des Evettes). Un certains certains nombre de poteaux de signalisation sont par terre »

**Détail des verbatims dans le fichier Excel*

Satisfaction client Eté 2019

Entretien des itinéraires	8,4	8,2
Aménagement des itinéraires	8,4	8,0
Sécurité des itinéraires	8,4	8,1
Fléchage signalétique itinéraires	7,9	7,7



Près d'un client sur 2 a utilisé au moins une fois personnellement une remontée mécanique pendant son séjour.

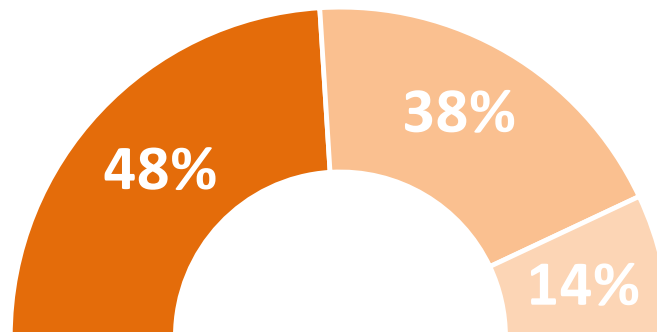
Une excellente satisfaction sur ce service remontées mécaniques sur tous les niveaux (accueil, propreté, attente, info...)

Les clients ont utilisé les remontées mécaniques principalement dans le but de profiter de la vue et faire une petite promenade au sommet pour 38% d'entre eux.

Un peu plus d'un quart des clients sont montés accéder à une randonnée en haute montagne.

Utilisation des remontées mécaniques

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

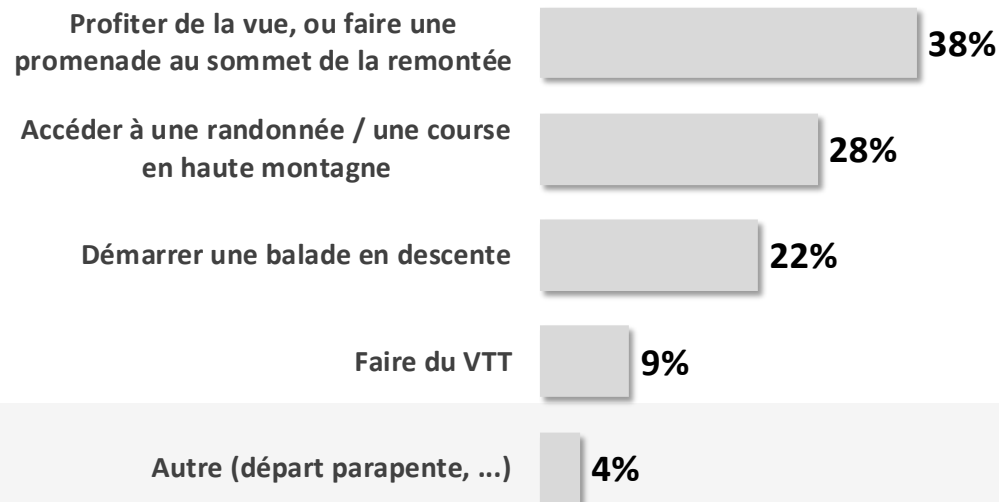


Oui, personnellement

D'autres membres de la tribu

Personne

Dans quel but principalement ?



Satisfaction client

Appréciation offre globale remontées

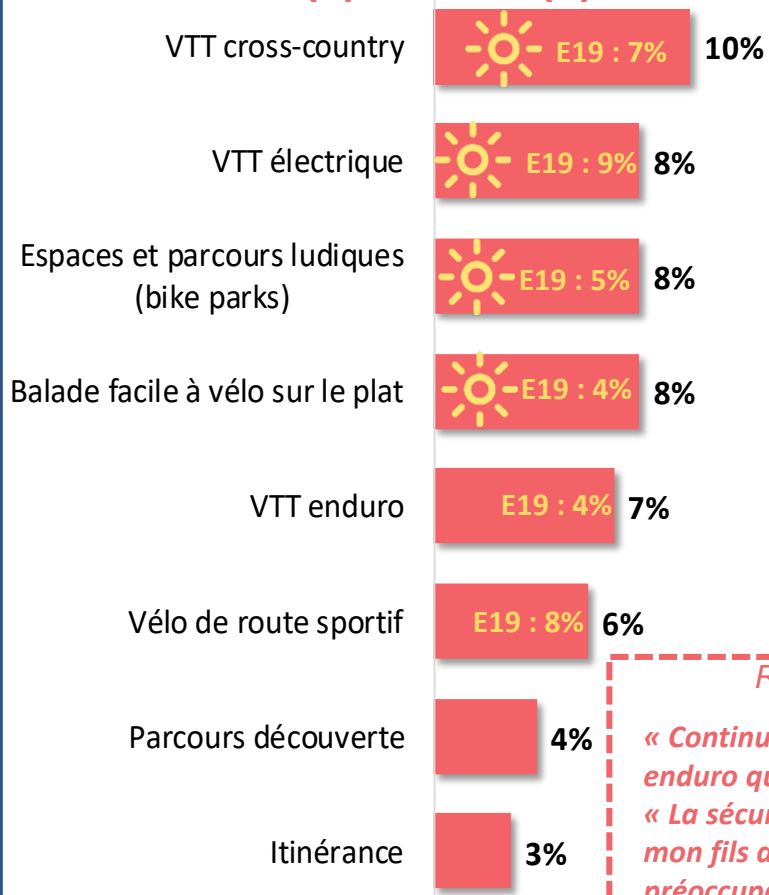


Catégorie	Été 2019	Précédent
Propreté aux abords des RM	9,1	9,7
Accueil RM	9,2	8,8
Disponibilité et amabilité du personnel	9,2	8,8
Qualité de réponse du personnel	9,2	8,7
Temps d'attente guichet	9,0	8,8
Affichage des informations	8,9	8,4



Activités pratiquées

Quelle(s) activité(s) avez-vous pratiquées ?

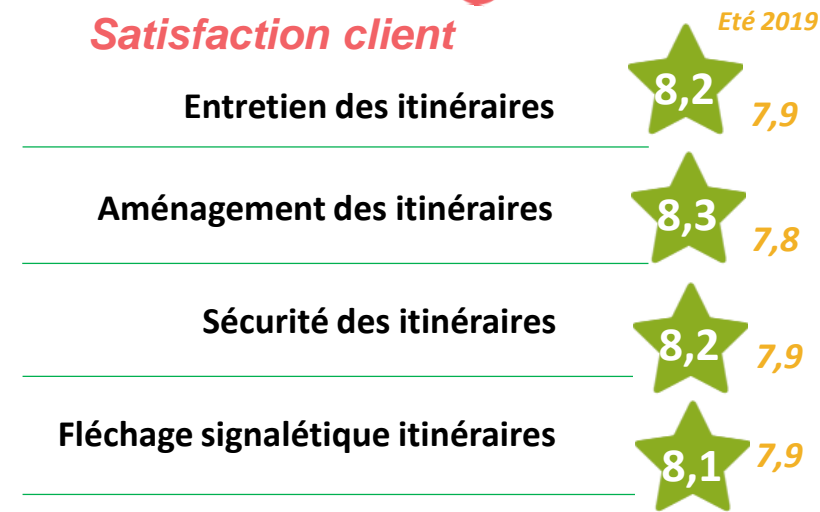


Remarques / suggestions

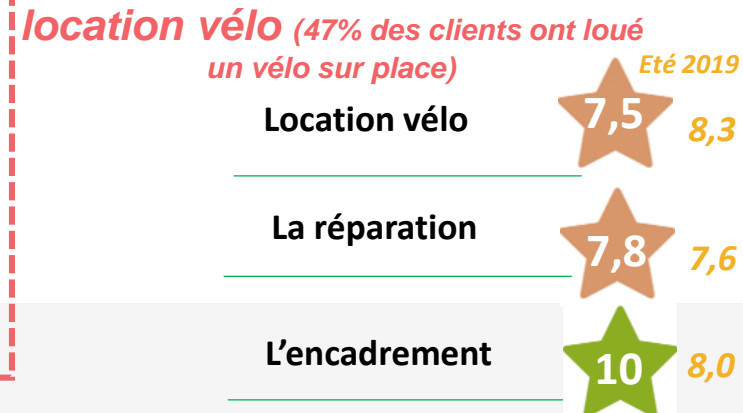
« Continuer le développement des traces enduro qui sont magnifiques. »
 « La sécurité pour les enfants notamment, mon fils a eu un accident en vélo. Aucune préoccupation de la part du loueur »
 « Manque de piste Cyclable en maurienne sur les grands axes - Modane Val Cenis par exemple »

**Détail des verbatims dans le fichier Excel*

Satisfaction client



Satisfaction client : service



10% des clients ont pratiqué du VTT cross-country, 8% du VTT électrique, 8% un parcours ludique (bikepark) et 8% également ont fait une balade facile à

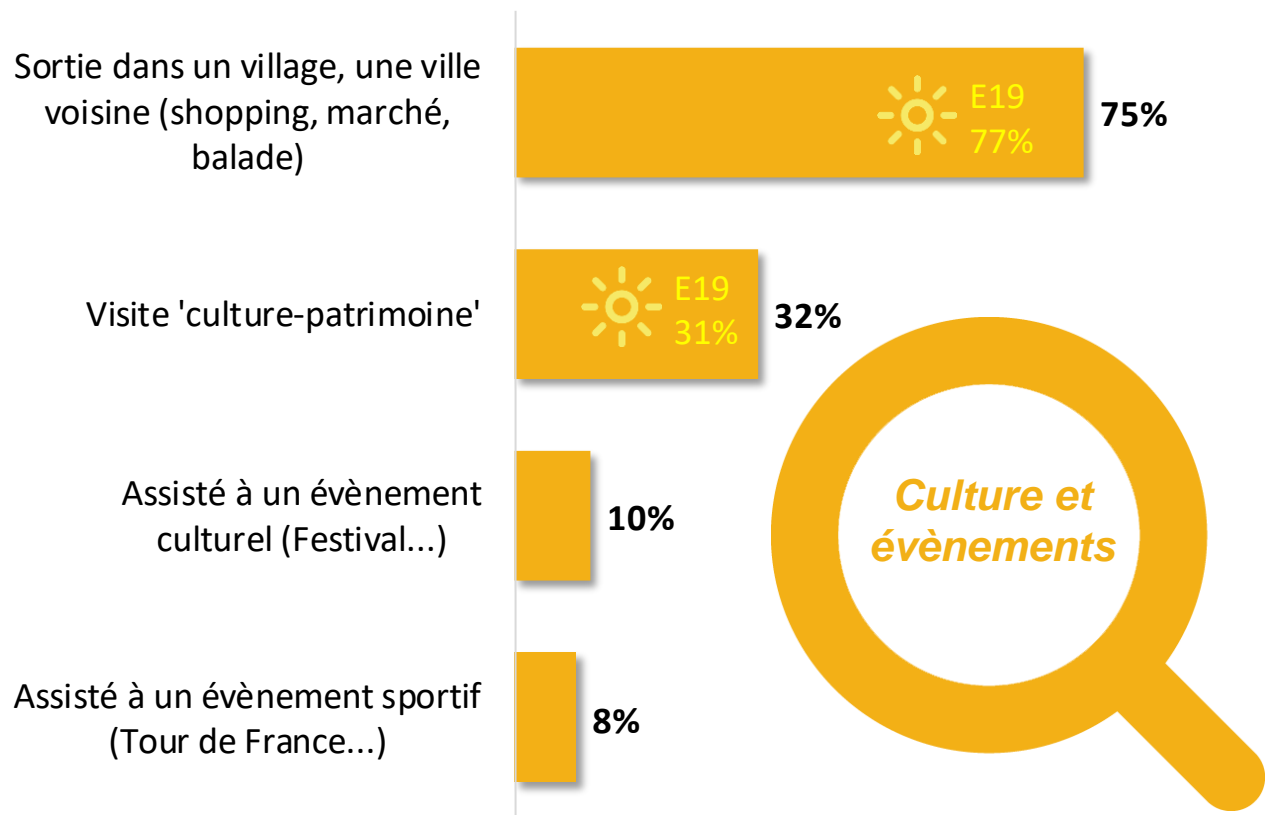
L'activité VTT ainsi que le vélo de route restent des vraies force de la destination du territoire de la Clusaz.

Les clients sont très satisfaits des itinéraires cyclo / VTT même si certains parcours sont perfectibles (signalétique, fléchage...)

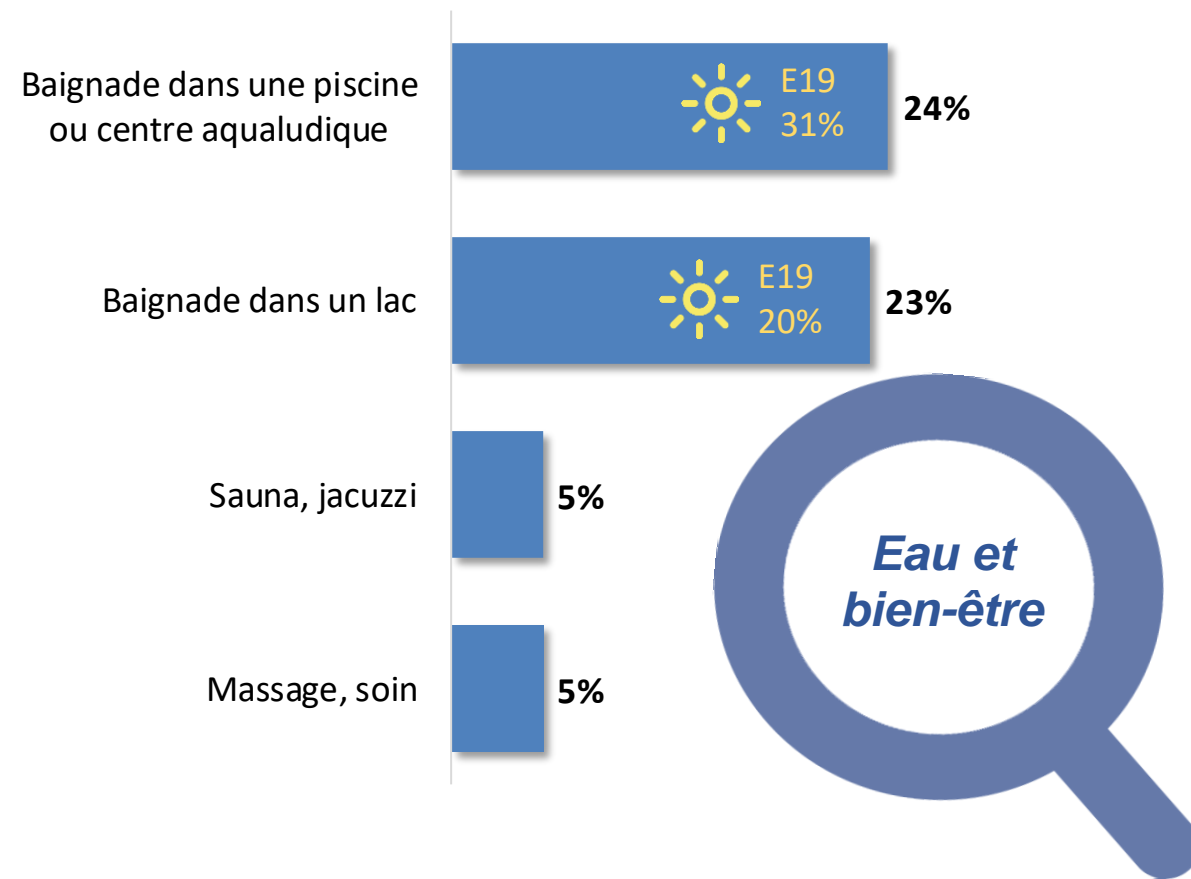


Activités pratiquées

Quelle(s) activité(s) avez-vous pratiquées ?



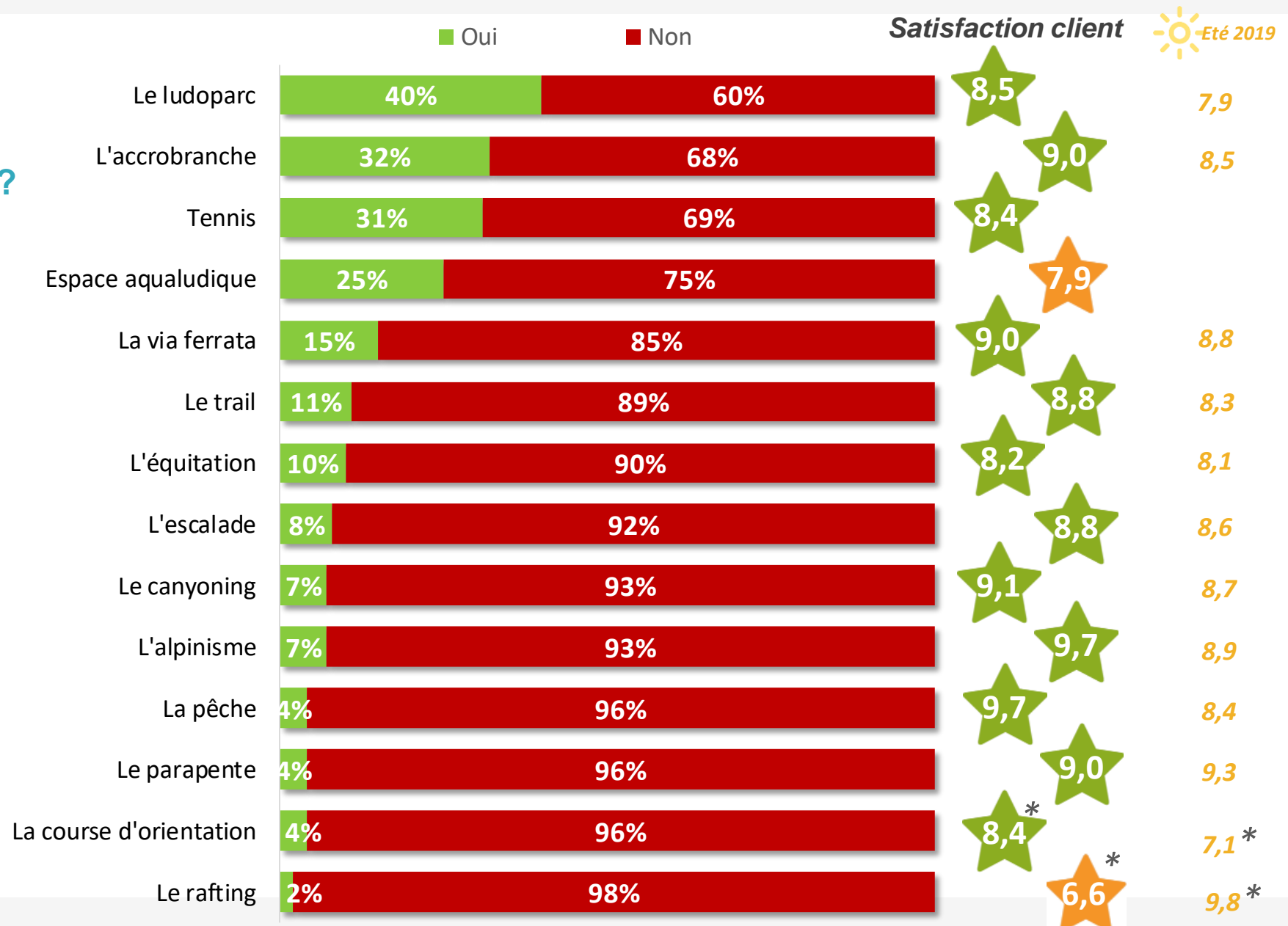
Quelle(s) activité(s) avez-vous pratiquées ?





Activités pratiquées

Quelle(s) activité(s) avez-vous pratiquées ?





Cartes activités

Avez-vous acheté une carte activités ?

Pass activités Valfréjus ?

Oui
4%

Pass activités La Norma ?

Oui
4%

Pass activités Aussois ?

Oui
1%

Pass activités Val Cenis ?

Oui
4%

Pass activités « HMV Altitude » ?

Oui
1%

Pass activités « HMV Liberté » ?

Oui
21%

Comment avez-vous acheté votre carte activités ?

Billetterie de vente des activités 67%

En ligne 15%

Auprès d'une agence 15%

Auprès de l'hébergeur 2%



Remarques / suggestions à l'égard de la carte activités ?

« Les activités décrites ne correspondent pas à celles possibles en réalité »

« principe de la carte difficile à comprendre (et à expliquer 3 personnes à l'office du tourisme 3 versions différentes) »

« la clarté des explications devrait être améliorée; les activités prévues initialement n'étaient pas toutes disponibles. La carte n'est pas une réelle plus value »

Satisfaction billetterie de vente

Horaires d'ouverture 8,7/10

Temps d'attente 8,5/10

Informations liées aux activités 8,2/10

Amabilité, disponibilité du personnel 8,7/10

Satisfaction pass activités

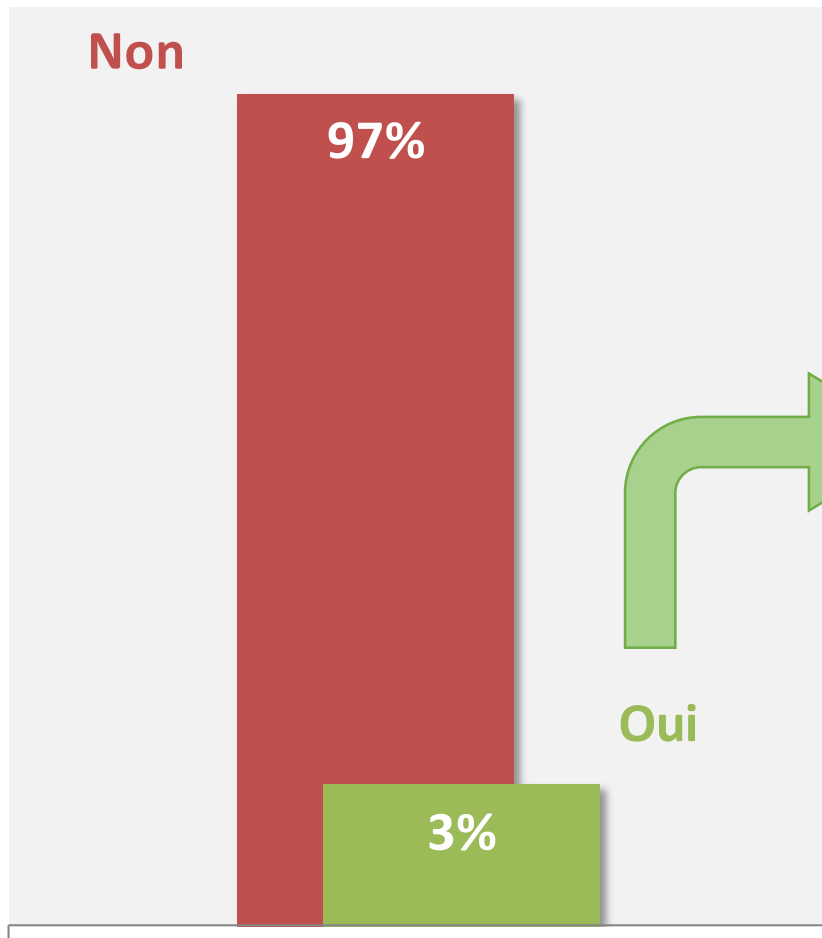
Satisfaction globale pass 7,9/10

Informations pass 7,6/10

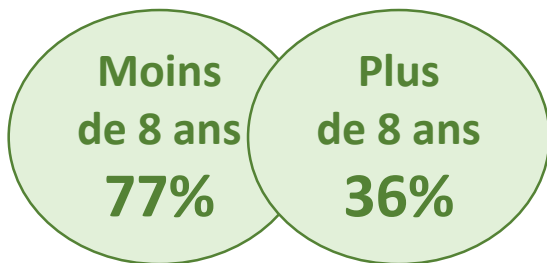
Rapport qualité / prix pass 7,6/10

Clubs enfants

Avez-vous utilisé le service des clubs enfants ?



Quels âges ?



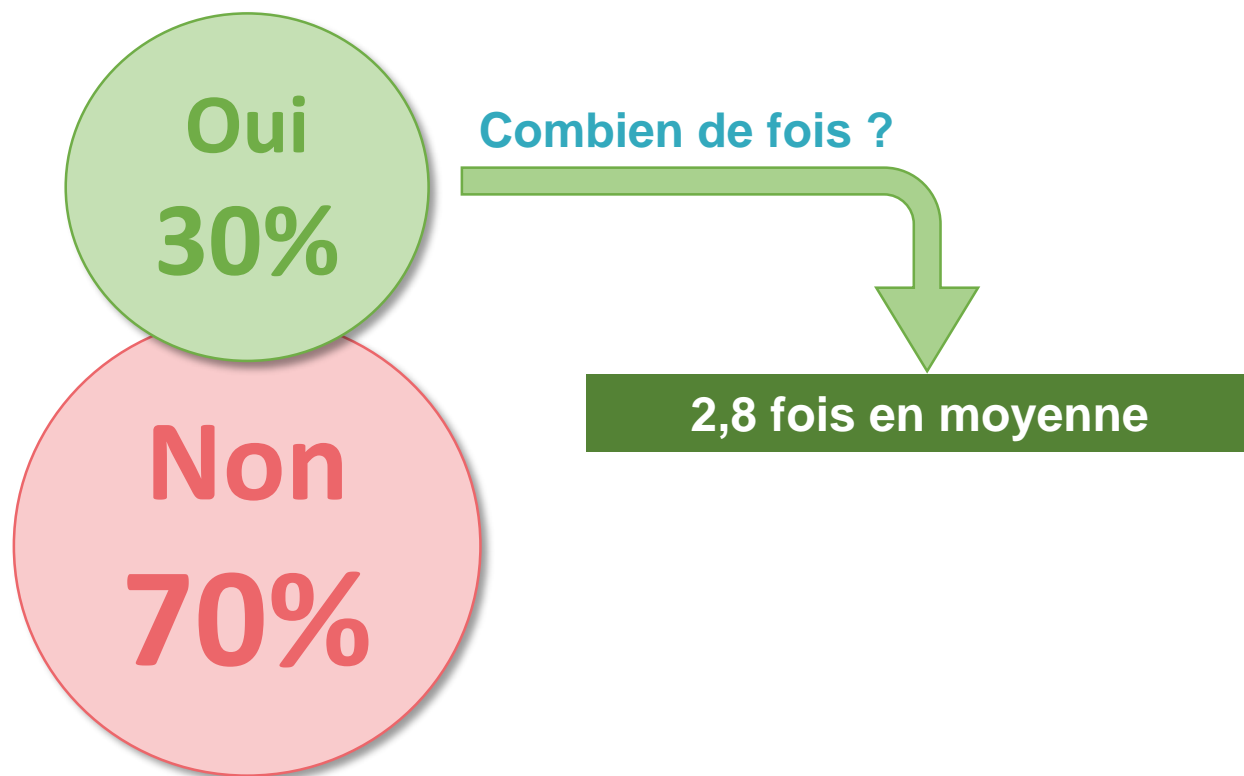
Satisfaction service

Catégorie	Évaluation (Été 2019)	Évaluation (Été 2018)
Amabilité, disponibilité du personnel	9,1	9,7
Qualité de service	8,7	9,4
Processus de réservation avant séjour	7,5	9,0
Aménagement des locaux	6,6	8,3
L'accueil, les inscriptions	8,5	8,1



Base de loisirs aquatiques

Etes-vous allés à la base de loisirs aquatiques ?



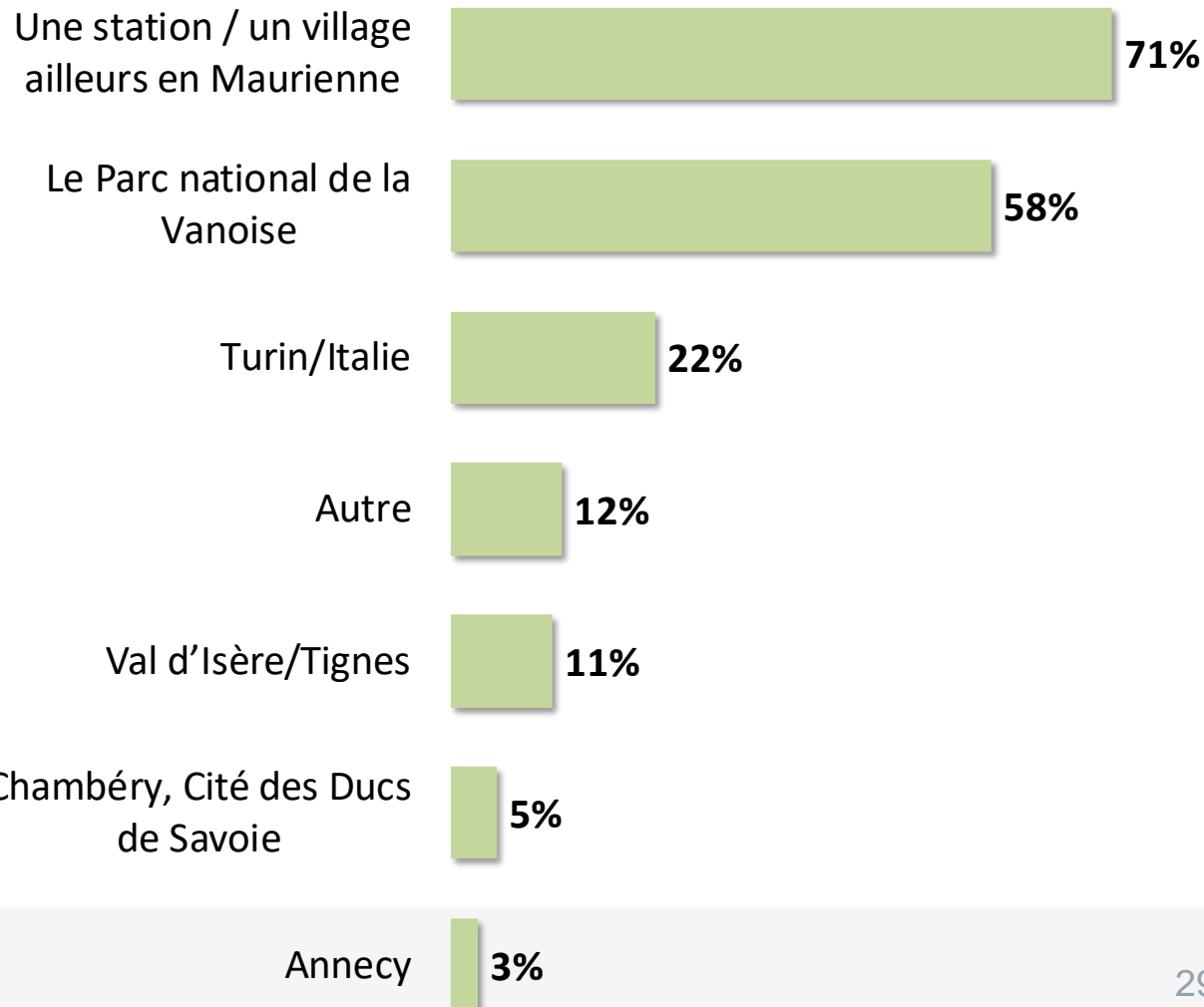
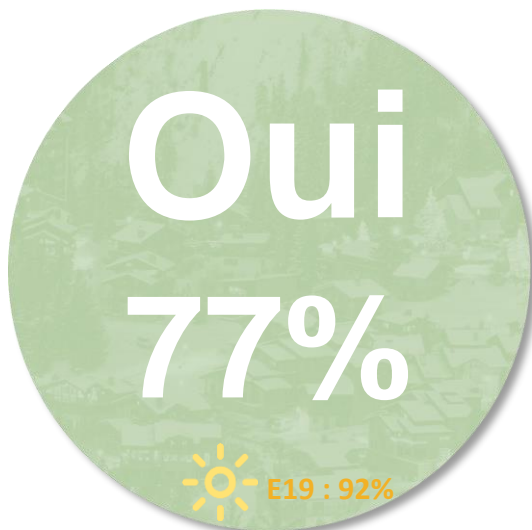
Satisfaction base de loisirs aquatiques

Propreté de l'eau	8,9
Propreté des abords	8,9
Propreté des sanitaires	8,4
Sécurité	8,8
Personnel	8,9



Visites hors station

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



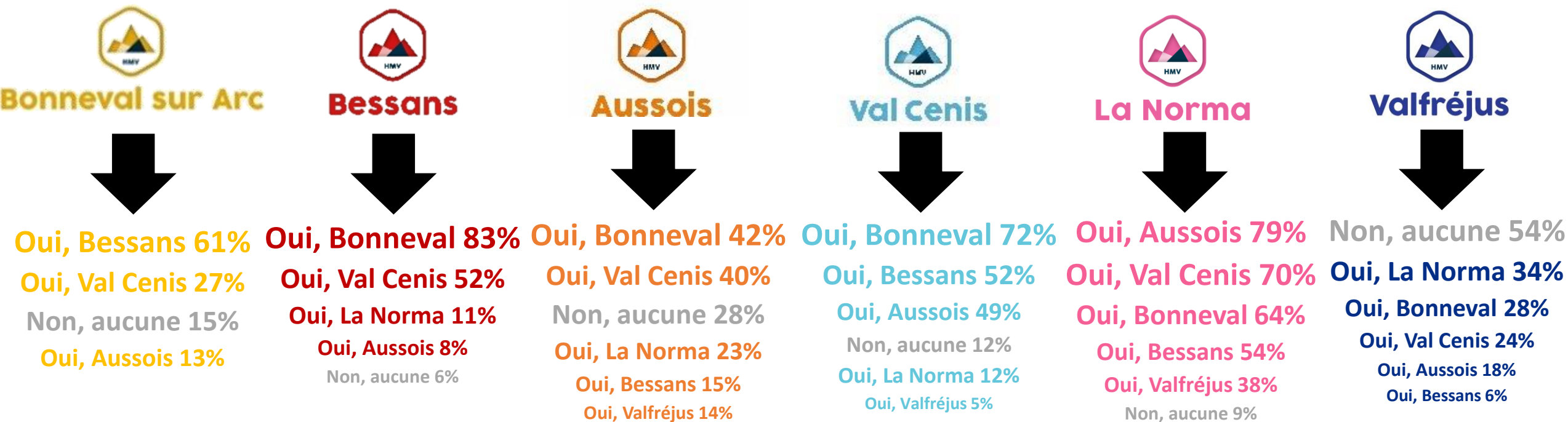
Plus de trois quarts des clients sont sortis de la station pour visiter un autre endroit de proximité.

Les clients sont encore une fois très intéressés pour découvrir le territoire ainsi la mise en valeur de la destination ainsi que de son territoire aux alentours est très important et montre l'intérêt de la démarche collective Haute Maurienne Vanoise Tourisme.

Une mobilité très importante des clients en saison estivale.

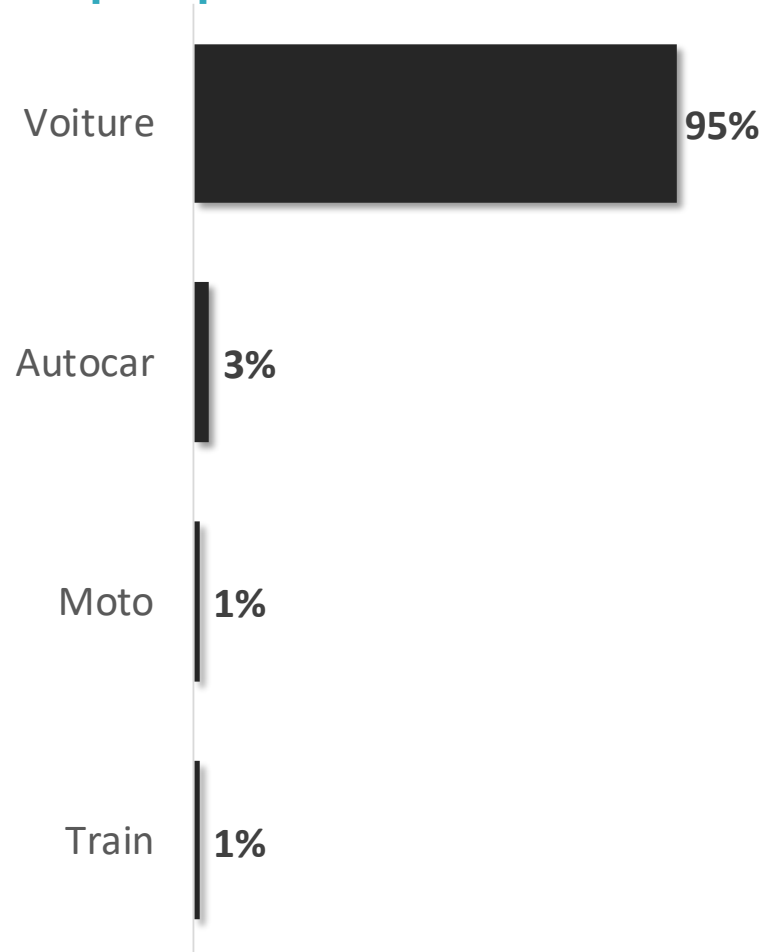
Sorties en Haute-Maurienne Vanoise

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

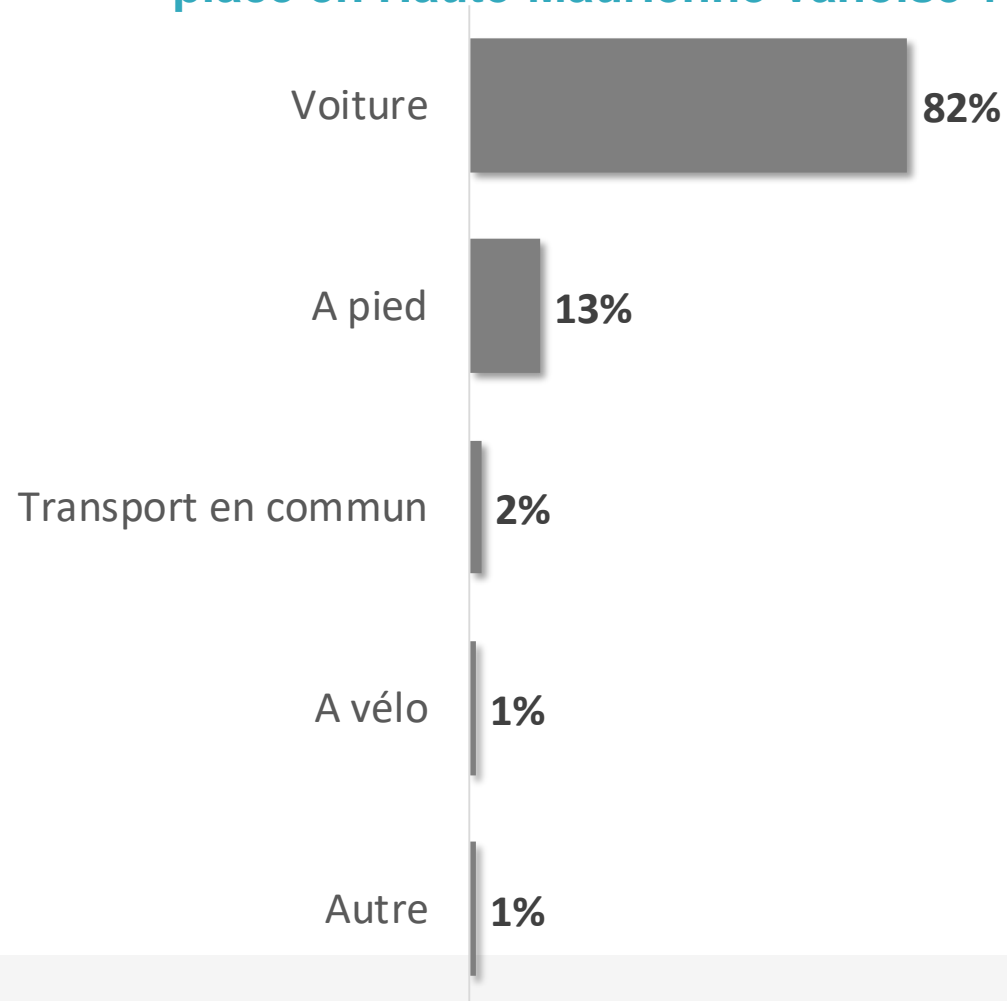


Mode de transport

Quel était votre moyen de transport pour venir en station ?

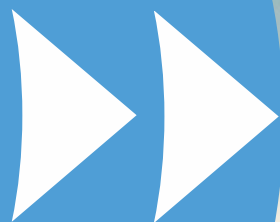


Quel était votre mode de transport sur place en Haute-Maurienne Vanoise ?





Satisfaction clients





Satisfaction globale séjour

Quelle est votre satisfaction globale de votre séjour ?



JUILLET

8,9



AOÛT

8,8



Bonneval sur Arc



9,5



Bessans



9,0



Aussois



8,5



Val Cenis



8,2



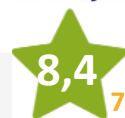
La Norma



7,8

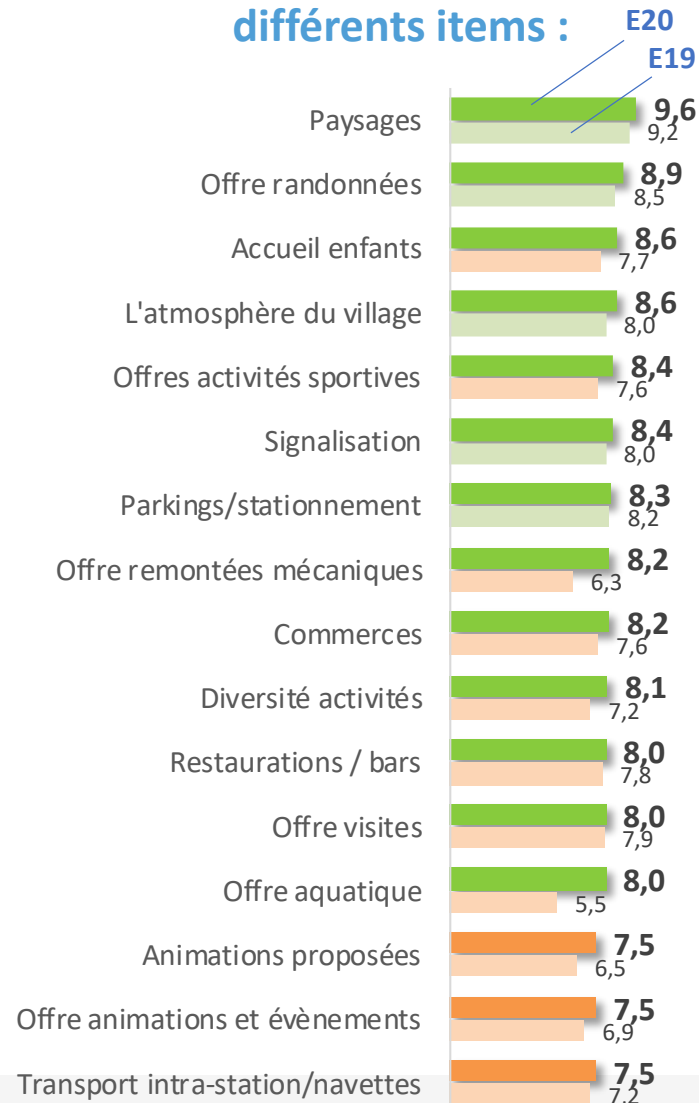


Valfréjus



7,8

Satisfaction des différents items :



La satisfaction globale du séjour pour les clients estivaux 2020 est excellente et atteint 8,8/10, en nette progression par rapport à l'été passé.

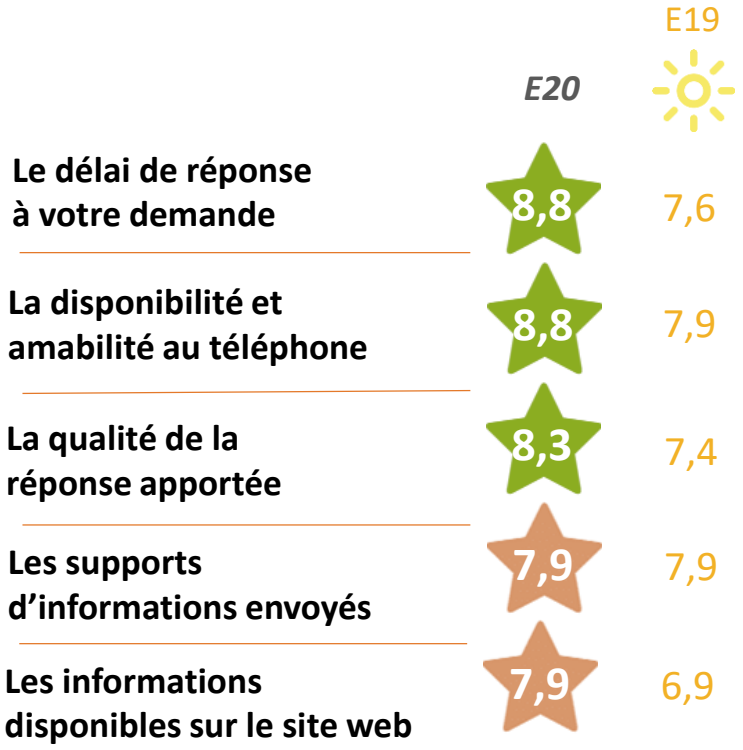
De nombreux items de satisfaction en hausse également qui soulignent les efforts, la mobilisation du personnel et les investissements.... ainsi reconnus et perçus par les clients.





Satisfaction Office de Tourisme

Satisfaction OT avant le séjour



Satisfaction OT pendant le séjour



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

Oui 71% / Non 29%

E19 : 65% oui

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

Oui 74% / Non 26%

E19 : 73% oui

Avez-vous apprécié cet été notre accueil en extérieur de nos bureaux ?

Oui 79% / Non 21%





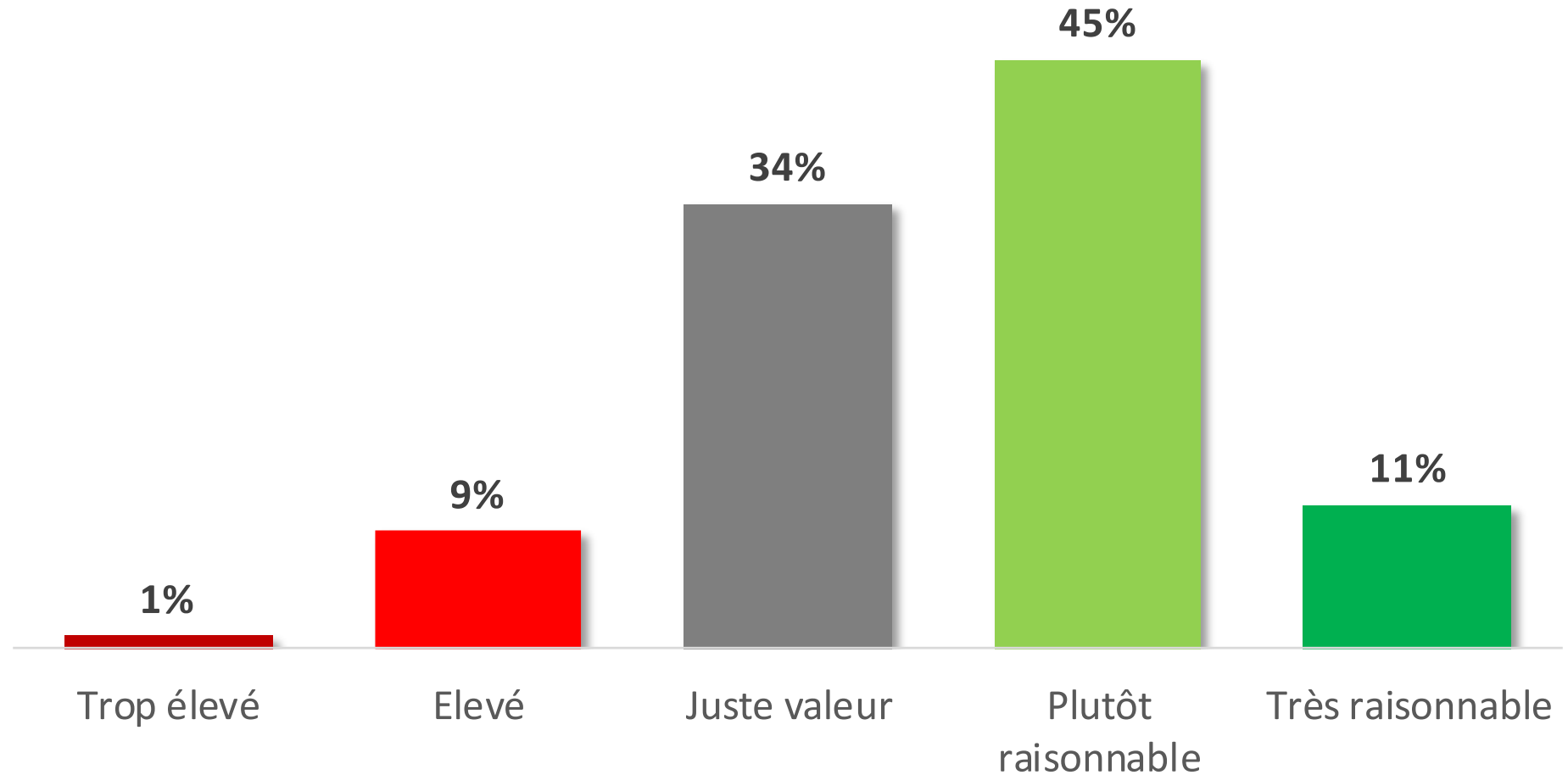
Les prix pratiqués dans la station pour tous services confondus dans la station sont jugés à leur juste valeur pour plus d'un tiers des clients. Plus de la moitié des clients juge les prix plutôt raisonnables voire très raisonnables.

Le rapport qualité prix est un élément important à prendre en compte pour chaque service de la destination. L'attractivité des prix en période estivale fait partie des critères de choix pour cette destination.



Jugement des prix

Comment jugez-vous le niveau général des prix pratiqués dans cette station ?





Les futures intentions

Quelle est la probabilité pour que vous retourniez dans cette station...

(100% = absolument certain ; 0% aucune chance)



...en hiver ?



E19 : 59%



...en été ?



E19 : 76%





Les facteurs de fidélisation



Quels aspects de de la station ou de votre séjour vous donnent le plus envie de revenir ?

Recodage question ouverte / Taux de réponses : 67%

Les paysages, le cadre
43%

- « le cadre montagnard et le peuplement des rivières en truites. »
- « C'est l'ensemble village et cadre montagnard qui en font notre pays de cœur. »
- « La beauté des paysages. Beauté de la vanoise »

Activités, randonnées
24%

- « Les nombreuses possibilités d'activités de randonnée et sportive »
- « Animations, taille de la station, emplacement, activités sportives, visites culturelles »
- « Les randonnées et autres activités sportives »

Calme, tranquillité
20%

- « Le côté tranquillité du village, loin du tumulte des grandes stations »
- « Sérénité de l'atmosphère, beauté des paysages, calme, pas d'affluence »

Atmosphère village
19%

- « La station est un village authentique avec une vraie vie rurale, agricole, artisanale... Il faut que cet authenticité perdure ! »

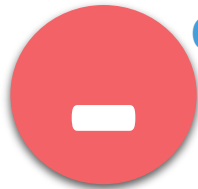
Stations familiale
13%

- « Calme et ambiance à la fois familiale et montagne »
- « Station familiale avec pleins d'activités à tarif raisonnables »

Accueil
8%

- « accueil très agréable des gens de la région et des commerçants »
- « accueil et professionnalisme des intervenants office tourisme qualité humaine de l'accueil à tous niveaux »

Les facteurs d'attrition



Quels aspects de la station ou de votre séjour vous donnent le moins envie de revenir ?

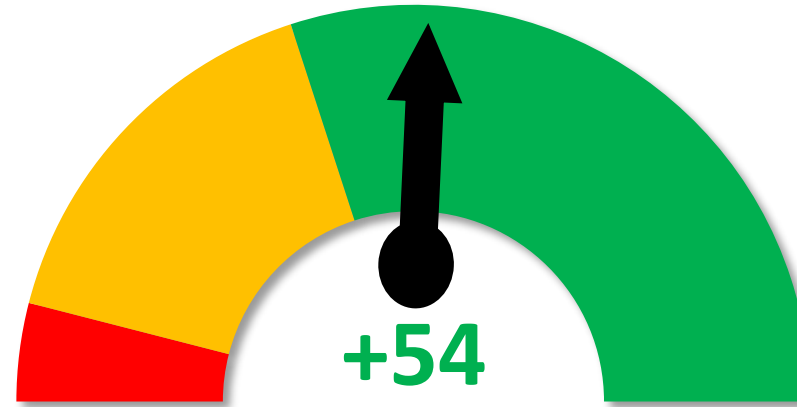
Recodage question ouverte / Taux de réponses : 40%





Net Promoter Score

Avec quelle probabilité pensez-vous recommander cette station à vos proches ?



(promoteurs - détracteurs)
 ☀️ - E19 = +33



☀️ -E19

+81

+50

+41

+22

+24

+37

Un très bon indicateur de recommandation pour la destination Haute Maurienne Vanoise (et pour chacune des stations), en hausse par rapport à l'été passé !

→ **En savoir plus sur le NPS ?**
 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.





La montagne face aux enjeux climatiques & environnementaux





Des clients qui se sentent de plus en plus concernés et engagés dans la cause environnementale.

Enjeux environnementaux

Estimez-vous être engagé sur les questions environnementales ?

(0 = pas du tout soucieux; 10 = très soucieux)





Engagement pour l'environnement

Estimez-vous être engagé sur les questions environnementales ?

Non
15%

Oui
85%

Sur quelles thématiques êtes-vous le plus engagé ?
(choix agrégés)

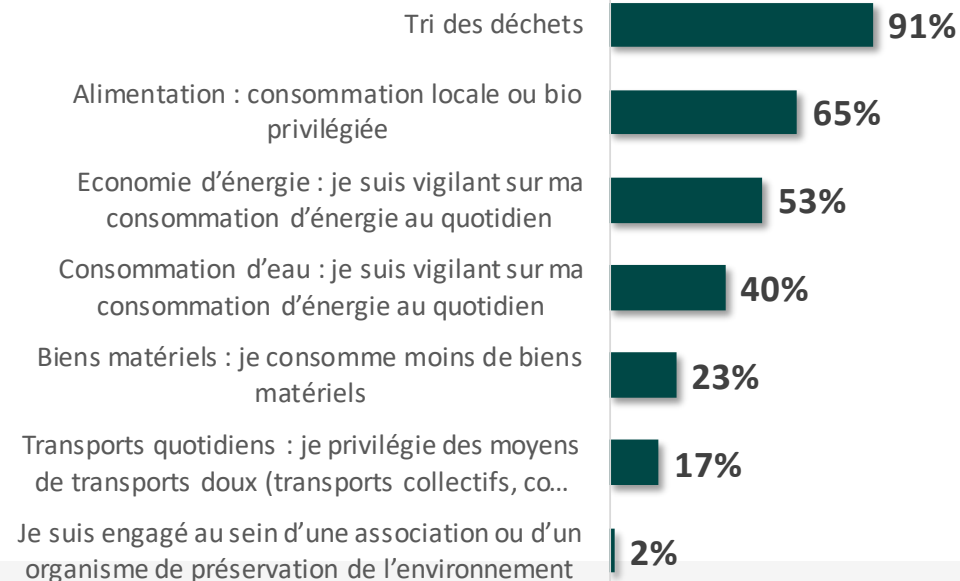
Pour quelles raisons ?



Pas d'action, mais soucieux
Manque d'intérêt

...

**Détail des verbatims dans le fichier Excel*



Autre 0%

42

80% des clients de La Clusaz cet été 2020 se disent engagés sur la question environnementale depuis déjà plusieurs années.

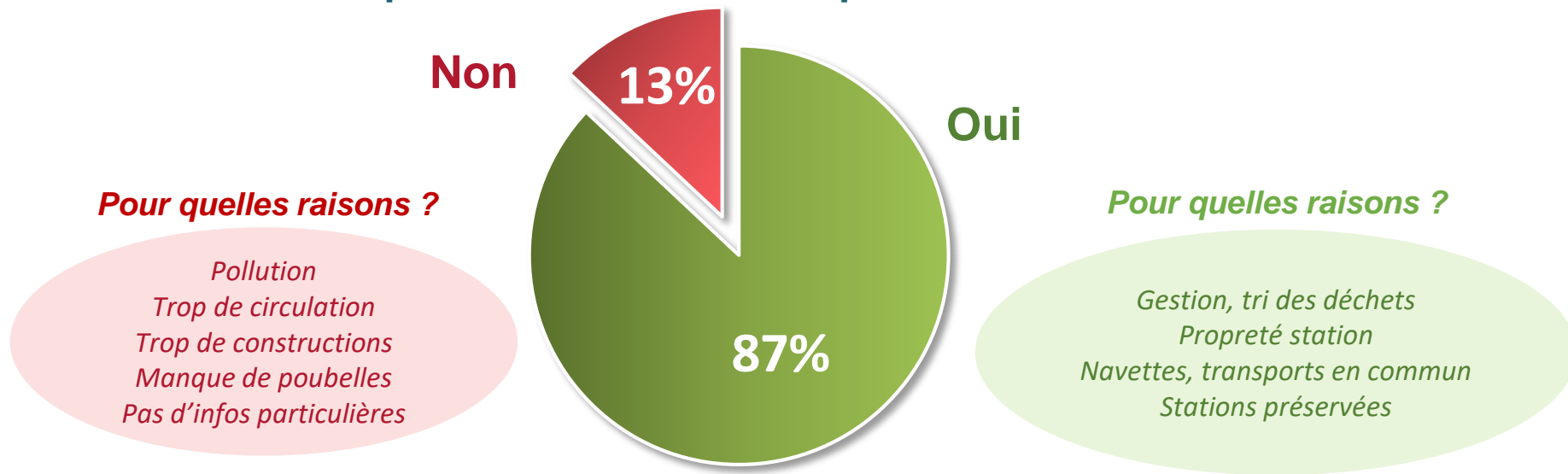
Parmi les plus engagés, les clients sont plus actifs dans la gestion des déchets pour près de 9 sur 10 d'entre eux.

Près de deux tiers d'entre eux disent également faire attention à leur alimentation en consommant plus local ou bio.

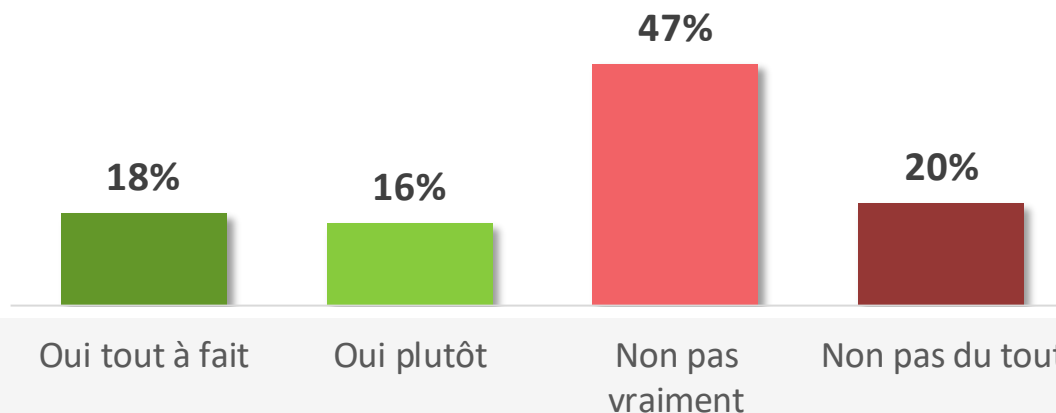


Place de la station dans l'environnement

Estimez-vous que cette station est respectueuse de l'environnement ?



Cela a-t-il été un critère pour votre choix de séjour ?



Près de 9 clients sur 10 estiment que la destination Haute Maurienne Vanoise est une destination respectueuse de l'environnement notamment en raisons des efforts de la station dans la gestion et le tri des déchets ou encore pour la mise en place de navettes régulière, ou aussi pour la propreté des stations fréquentées...

A l'inverse plus d'un client sur 10 pense que la station n'est pas respectueuse de l'environnement en raisons de la pollution en lien avec le flux important de véhicules ou encore les chantiers et constructions en cours... semblent impacter cette image environnementale pour la station.



Synthèse et recommandations





Synthèse et recommandations

Un marketing de fidélisation à renforcer pour capitaliser sur la clientèle actuelle, notamment la clientèle familiale et la clientèle de proximité.

Des opportunités de conquête sur la clientèle jeune, sur la zone B et sur les régions de France bordant le littoral.

Capitaliser sur les atouts et valeurs de la destination ainsi que son territoire : ses paysages, son environnement, ses hébergements de qualité, ses activités montagne, le charme et l'atmosphère des villages ainsi que leur calme.

Des clients fortement intéressés par la découverte de la région, de son patrimoine naturel et culturel... mettre en avant les différentes possibilités de découverte du territoire.

Une clientèle sportive... Communiquer davantage sur la multitude d'activités présente dans les stations, une vraie force pour la destination.

Il existe bien un enjeu économique majeur autour de ces activités.

Surveiller certains niveaux de satisfaction qui engendrent quelques mécontentements clients : qualité de l'hébergement, prix et qualité des commerces et restaurants, manque d'activités selon la période et les âges... malgré une très bonne satisfaction client globale séjour cet été avec un excellent indicateur de recommandation client !

L'image environnementale de la destination : continuer à développer (labels...), à communiquer sur les valeurs et l'engagement de la station pour le respect de l'environnement, qui pourrait devenir un vrai élément discriminant dans le choix de destination dans le futur.



Distinction été 2019 / été 2020

Été 2019
(période normale)

Été 2020
(période de crise sanitaire)

Plus d'anticipation pour la réservation !

Plus de sorties dans des villes / villages sur le territoire

De nouvelles clientèles recrutées !

Budget séjour dépensé plus important !

Plus de séjours non-marchands réalisés !

Meilleure satisfaction et recommandation client !
😊

Cette période estivale 2020 en pleine crise sanitaire a permis à la destination Haute Maurienne Vanoise de recruter de nouvelles clientèles qui n'avaient pas l'habitude de fréquenter la montagne l'été. La Haute Maurienne Vanoise a également su bien gérer cette crise sanitaire : les protocoles mis en place, les conditions d'accueil et ainsi rassurer les clients.



Haute
Maurienne
Vanoise

merci

de votre attention



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.maisonnasse@g2a-consulting.fr – 06 73 33 20 90

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



Annexes



Haute
Maurienne
Vanoise

- **Lien pour la consultation du questionnaire (WORD) :**
https://vip.sphinxonline.net/g2a/E20_TC_VF/questionnaire_hmv.htm

- **Lien du webreporting pour la consultation des résultats en temps réel :**
https://vip.sphinxonline.net/g2a/E20_TC_VF/reporting6522_HMV.htm

- **Lien pour la consultation de la significativité des résultats (WORD) :**
https://vip.sphinxonline.net/g2a/E20_TC_VF/significativite_hmv.htm

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

- **L'étude a été réalisée conformément à la norme ISO 20252. La certification vous garantit la protection, fiabilité, et transparence des données.**

