



Aussois



Bessans



Bonneval sur Arc



La Norma



Val Cenis



Valfréjus



Haute
Maurienne
Vanoise

Observatoire des profils, comportements, satisfaction clients

Été 2022



Octobre 2022

Sommaire

1. **Objectifs** et **méthodologie** d'enquête
2. Les **profils** clients
3. Le processus de **choix** et **réservation** de séjour
4. Les **activités** estivales
5. La **satisfaction** client
6. **Synthèse** et préconisations



Haute
Maurienne
Vanoise

1. Objectifs et méthodologie d'enquête



Octobre 2022

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

Situer la station sur le marché



244
réponses

- **Enquête en ligne** (🇫🇷🇬🇧), **post-séjour** auprès de clients venus dans la station pendant **l'été 2022**
- **Mobilisation des répondants** : Newsletter / BDD Office de Tourisme / Centrale réservation / BDD photos souvenirs
- **Durée moyenne** du questionnaire : **~10 minutes**
- **Période d'enquête** : du **15 juin 2022** au **30 septembre 2022**
- **Redressement des données** : canaux de réservation & périodes (*représentativité de l'échantillon collecté*)
- **Comparatif stations** 
- **Comparatif avec l'échantillon été 2021** 

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.



Haute
Maurienne
Vanoise

2. Les profils clients



Octobre 2022

Composition de l'échantillon

La moyenne d'âge des répondants en Haute-Maurienne-Vanoise cet été est de 53 ans, stable par rapport à l'été précédent.

Plus de la moitié des répondants ont entre 35 et 54 ans. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 45 – 54 ans.

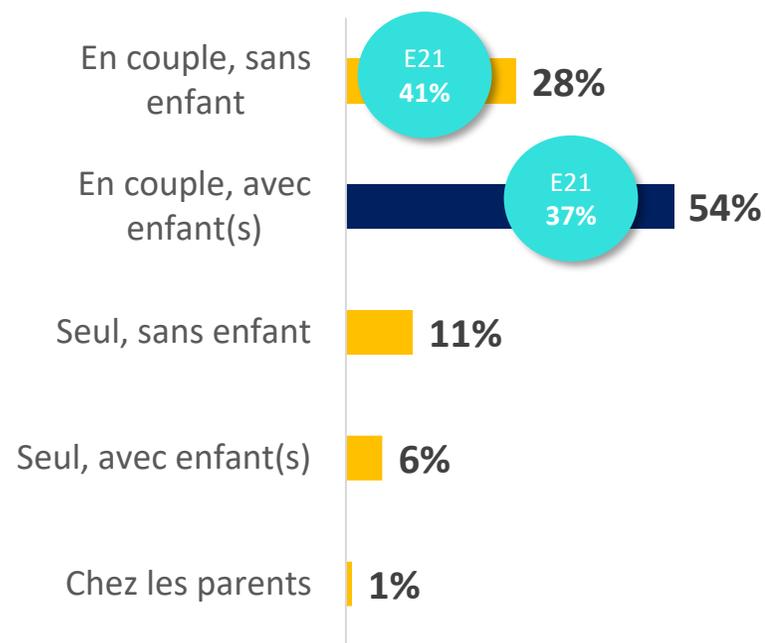
Un profil familial impacte cette clientèle estivale qui regroupe plus d'un client sur 2 en couple avec enfant(s), en hausse par rapport à l'été passé.

Le niveau de revenu de la clientèle est en nette hausse par rapport à l'été passé.

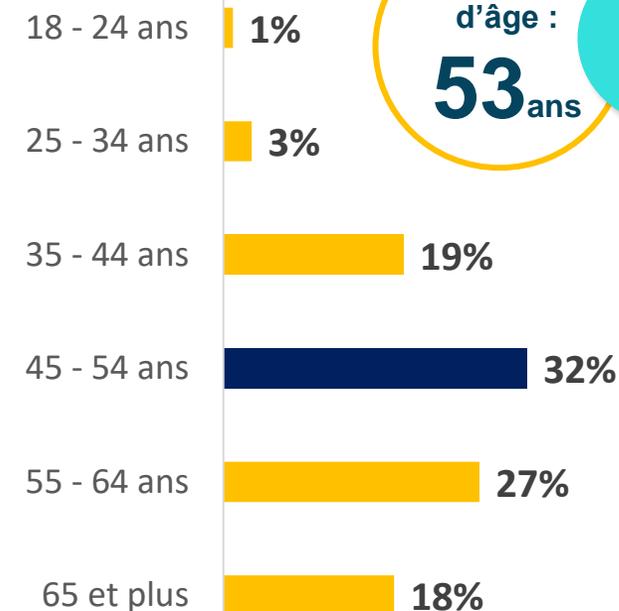
Vous êtes...



A votre domicile, vous vivez...



Votre âge...



Moyenne d'âge : **53 ans**
E21 53 ans

Le revenu net de votre ménage...

4880€ /mois

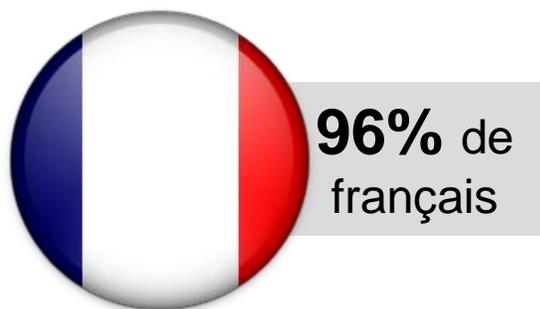
E21 3765€ /mois

Origine clientèle

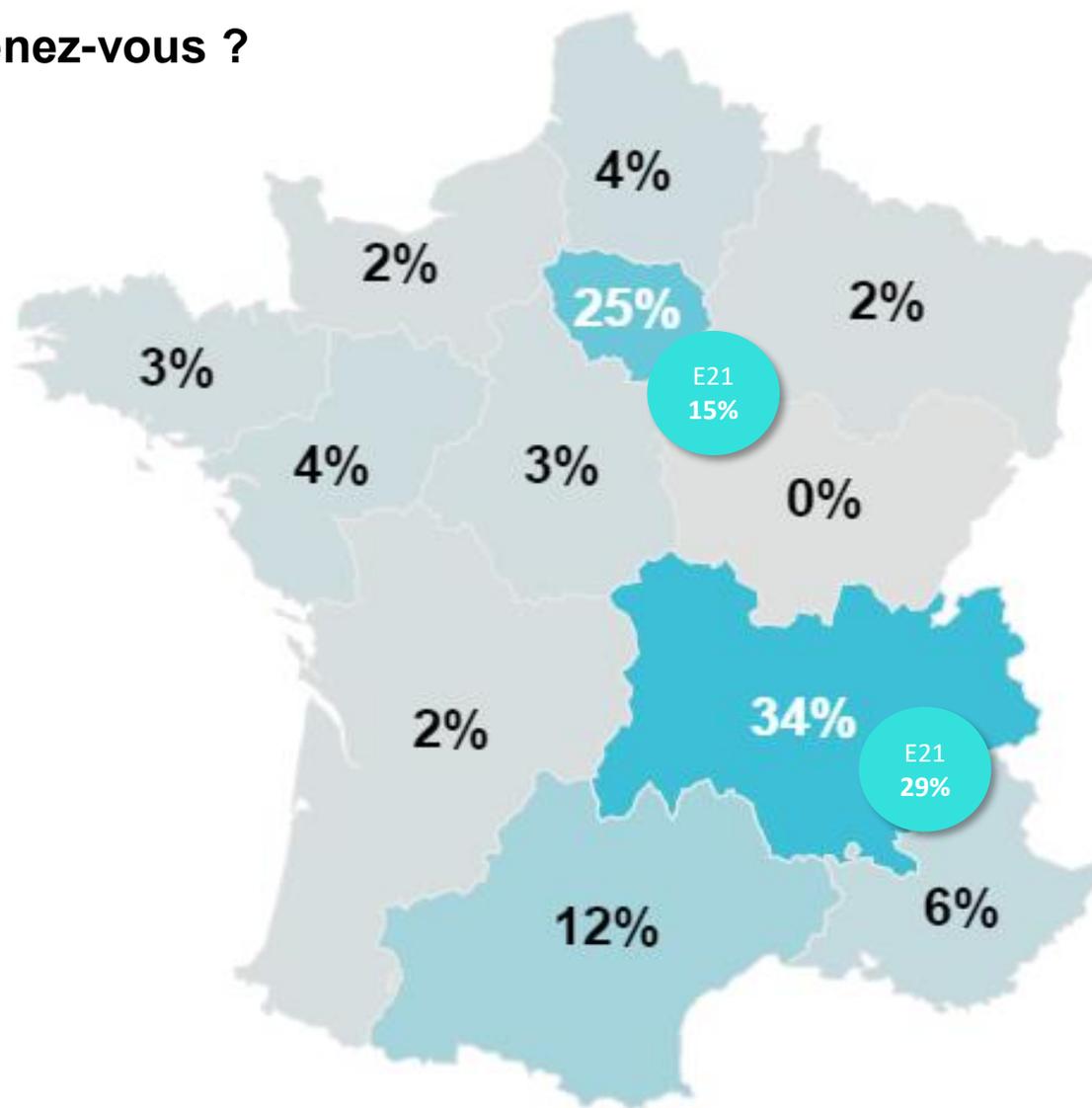
Parmi les principales clientèles françaises : la part de clients provenant de la région de proximité AURA est en augmentation un fort localisme de la clientèle se confirme. La deuxième principale provenance des clients est la région Ile-de-France, en hausse également par rapport à l'été 2021.

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

Une petite part de clientèle étrangère : principalement belge et britannique.



D'où venez-vous ?



Fidélité de la clientèle

Un tiers des clients présents en Haute Maurienne Vanoise cette saison 2022 n'étaient jamais venus auparavant, ni en été, ni en hiver.

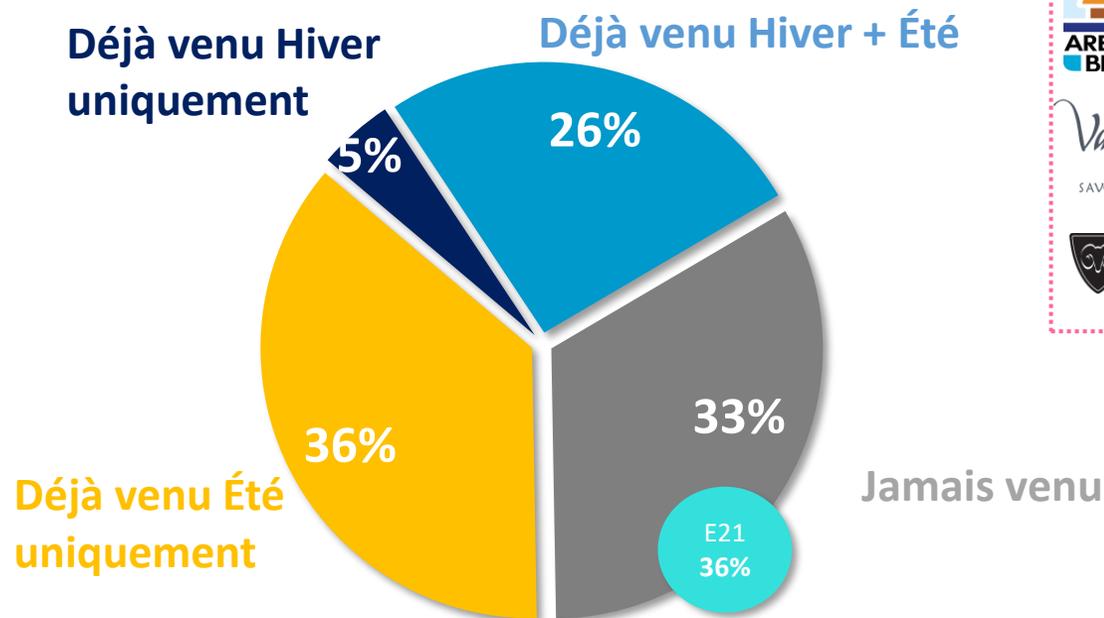
En revanche, 26% des clients sont déjà venus dans cette destination en période hivernale mais également estivale.

Les stations disposent d'un socle de clients fidèles mais bénéficient également d'un taux de renouvellement de clientèle intéressant en lien avec ses modes de commercialisation et sa structure d'hébergement.

Néanmoins, ce taux de nouveaux clients a légèrement baissé cette saison passant de 36% à 33% cet été, le recrutement de nouveaux clients a légèrement moins bien fonctionné cette saison.

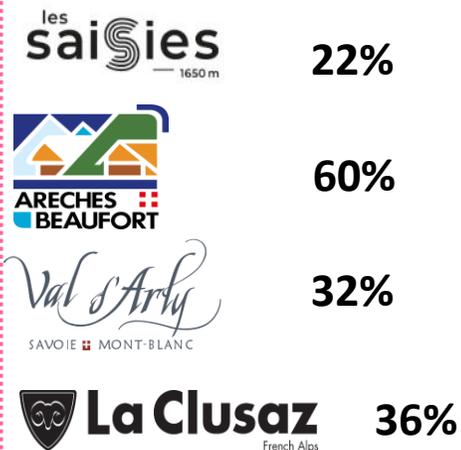
La destination Haute Maurienne Vanoise a donc su bien jouer avec sa clientèle fidèle cet été 2022 pour confirmer ses performances.

Avant ce séjour, aviez-vous déjà séjourné dans notre station?



Comparatif stations

% jamais venus



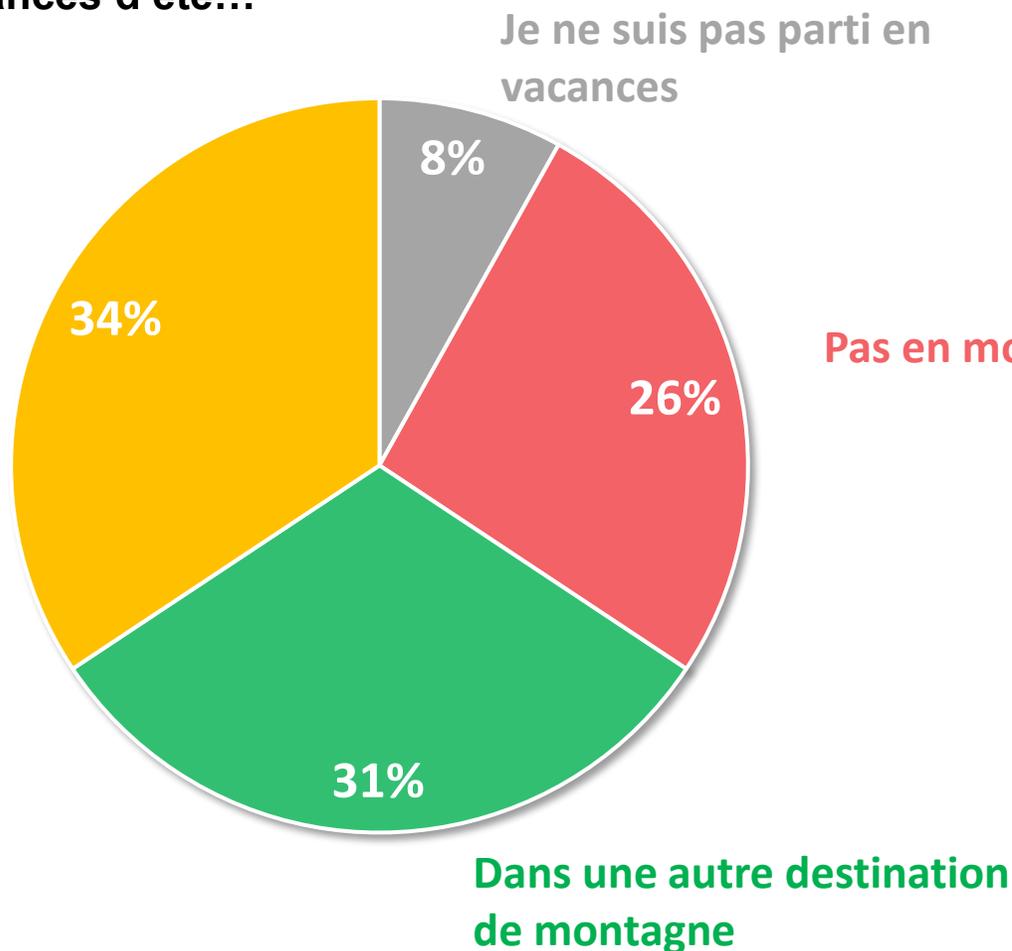
L'été passé en 2021...

L'été dernier, en 2021, vous avez passé des vacances d'été...

Ce sont 34% des clients de cet été qui ont passé leur séjour de l'été passé 2021 dans une des stations de Haute Maurienne Vanoise.

Par ailleurs, les stations ont su se démarquer et conquérir, en partie, une nouvelle clientèle cet été 2022, en captant des clients qui n'ont pas passé de séjour à la montagne l'été passé.

Dans une des stations H MV



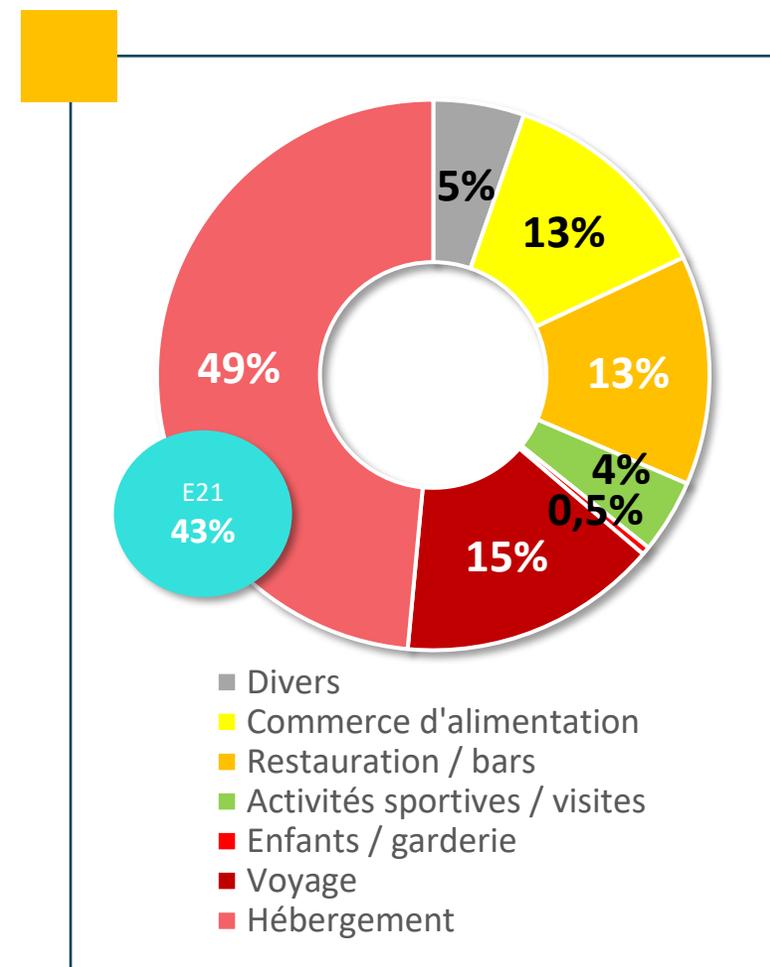
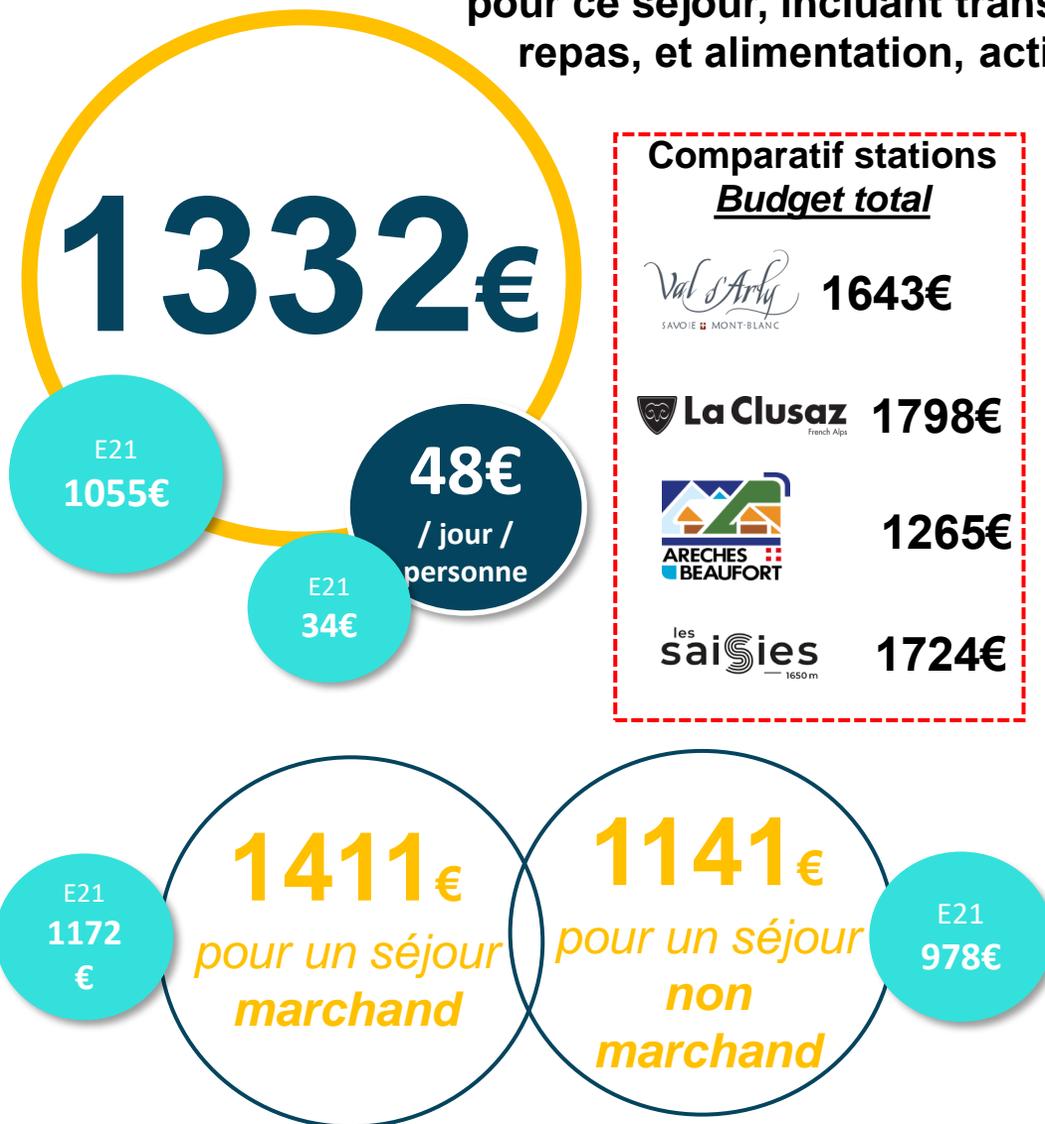
Budget séjour

En moyenne les clients ont dépensé 1332€ pour un séjour en Haute Maurienne Vanoise cet été 2022. Ce budget est en nette augmentation par rapport à 2021, en lien avec la hausse des dépenses pour les clients marchands principalement.

Le budget moyen par jour et par personne est également en hausse, passant de 34€ à 48€ par jour, ce sont donc 14€ qui s'ajoutent au budget journalier par vacancier.

L'hébergement représente près de la moitié des dépenses du séjour. Des consommations intéressantes en matière de commerces alimentaires et de restauration / bars qui atteignent 26% en part de marché du budget total.

Pouvez-vous évaluer le budget TOTAL dépensé pour ce séjour, incluant transport, hébergement, repas, et alimentation, activités, sorties... ?





Haute
Maurienne
Vanoise

3. Le processus de choix et de réservation



Octobre 2022

Critères de choix

Pourquoi avez-vous choisi cette station plutôt qu'une autre ?

Les activités montagne proposées en Haute Maurienne Vanoise deviennent cet été le critère de choix numéro 1. Les activités de pleine nature font aussi parties des éléments essentiels également. Une vraie force pour la destination qui permet de séduire de nouvelles clientèles.

Au regard des offres de loisirs et animations spécifiques pour les enfants, le côté familial des stations est également un élément discriminant dans le choix de la destination.

Le positionnement de la Haute Maurienne Vanoise semble en parfaite adéquation avec la vision de ses clients : paysages, environnement, activités, station village, famille...

Les activités de montagne 36%

E21
28%

Station familiale 31%

E21
6%

Les activités de pleine nature 30%

E21
23%

Je dispose d'un hébergement 29%

Les paysages 28%

Prix intéressants, bon plan 26%

Présence du Parc National de la Vanoise 24%

Par fidélité / habitude 22%

Atmosphère village 16%

Distance / voyage 11%

Animations / événements 9%

Les visites à faire dans la région 7%

Renommée / réputation 5%

J'ai suivi la décision de mes amis / ma famille 4%

Proximité de l'Italie 3%

Ensoleillement 2%

Services enfants 2%

Autre 3%

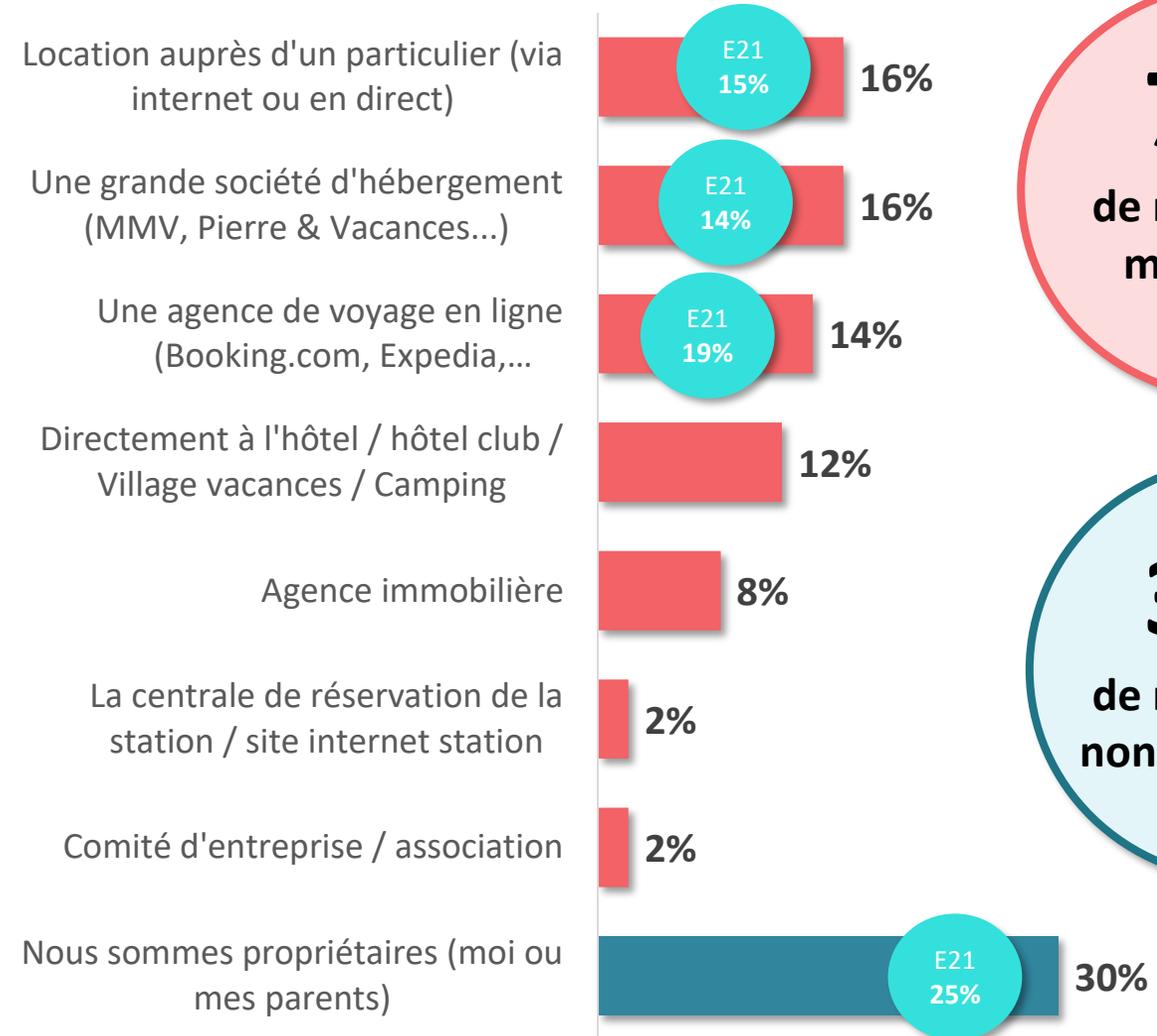
Canaux de réservation

La part des réservations marchandes représente 70% des séjours cet été 2022. Parmi elles, les locations C2C deviennent la part la plus importante dans les canaux de réservation, en lien avec leurs belles performances cet été.

La part des résidences de tourisme est également en progression au regard de la hausse de la capacité d'accueil de ce secteur.

Une part de réservations non marchandes stable par rapport à l'été passé, marquée principalement par la proportion non négligeable de propriétaires de résidence secondaire.

Qui était votre interlocuteur pour la réservation de votre hébergement ?



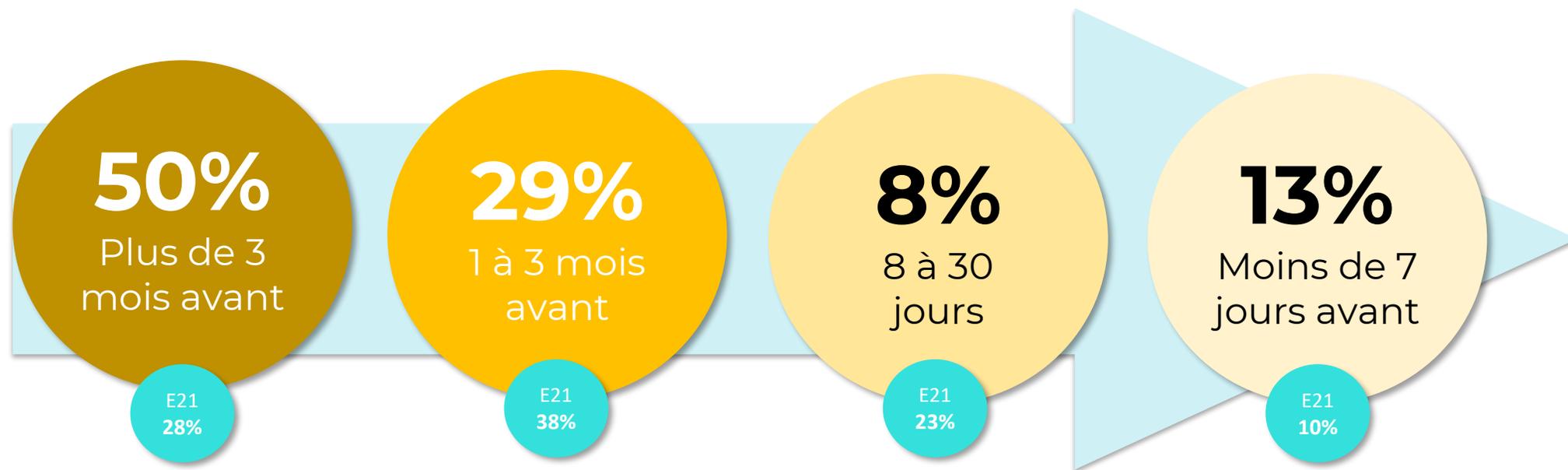
Délai de réservation

Quand avez-vous réservé votre hébergement ?

La moitié des clients a réservé son séjour plus de 3 mois avant leur date d'arrivée. De plus, 29% d'entre eux réservent de un à trois mois avant. Le processus de réservation est donc anticipé pour la Haute Maurienne Vanoise, même en période estivale.

Nous retrouvons 21% des réservations effectuées à moins de 30 jours avant le séjour, contre 33% l'été passé.

Cette année, le processus de réservation a été moins tardif que l'été passé.



Etat de l'hébergement

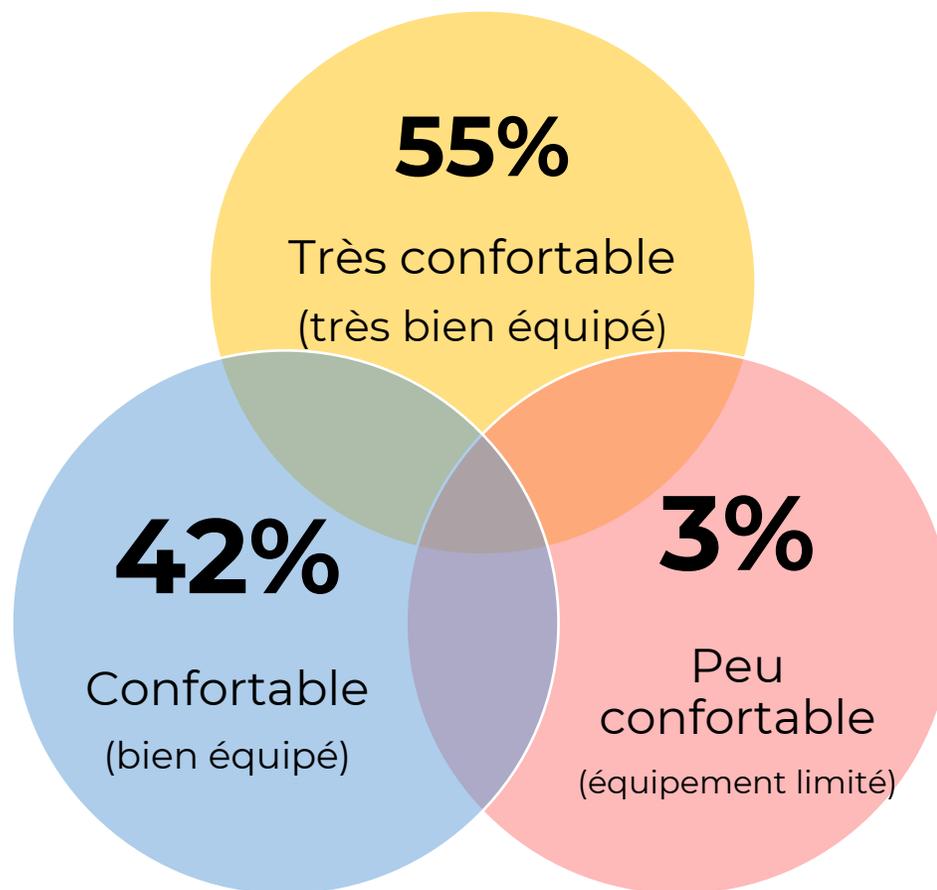
Globalement, quel était l'état général de votre hébergement ?

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

Plus de la moitié (55%) des clients étaient hébergés dans un bien jugé très confortable, et 42% dans un bien dit confortable.

Très peu d'insatisfaction sur la qualité des hébergements, une belle note globale de satisfaction pour les hébergements des destinations Haute Maurienne Vanoise.

Une belle offre d'hébergement sur le territoire : un réel atout pour l'attractivité de la destination, à mettre en avant pour la séduction de nouvelles clientèles.



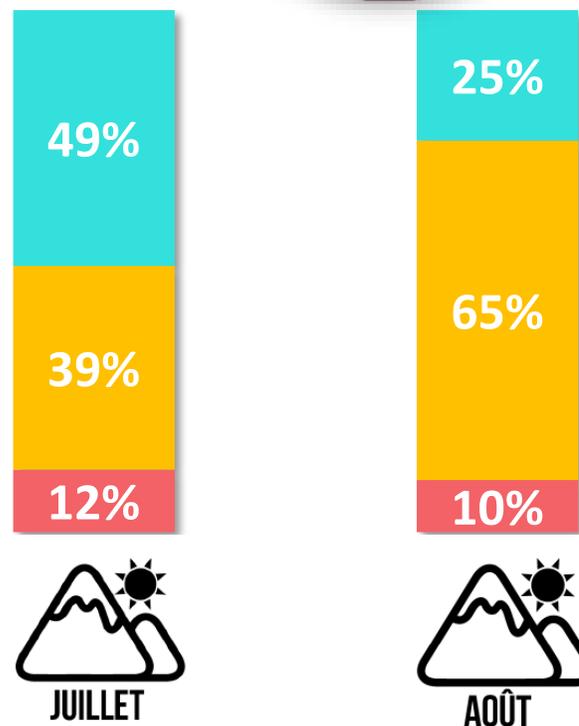
Durée de séjour

Quelle était la durée de votre séjour ?

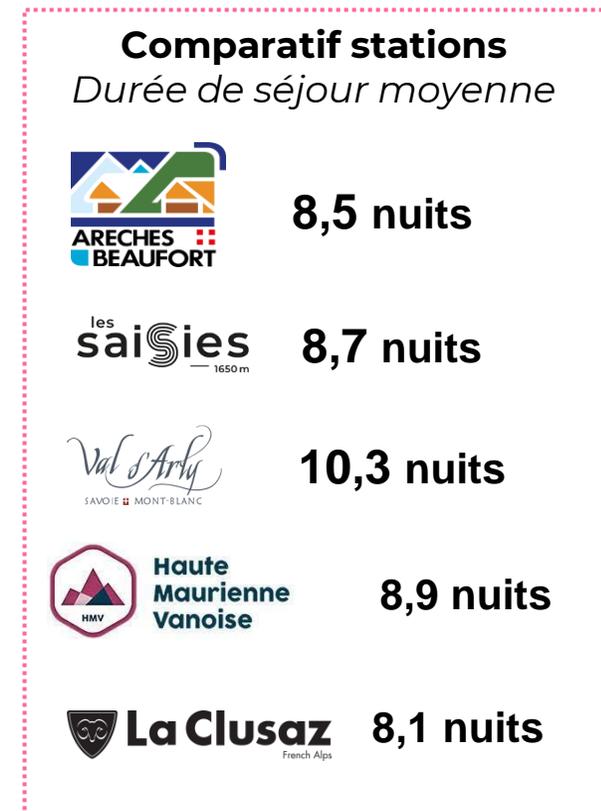


La durée moyenne d'un séjour en Haute Maurienne Vanoise cet été 2022 est de 8,9 nuits, stable par rapport à l'été passé.

La part des séjours semaine la plus importante est enregistrée pendant le mois d'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)



Le transport

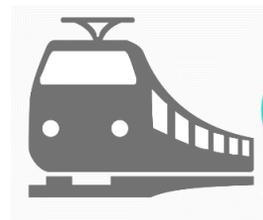
Quel était votre moyen de transport pour venir en station ?



E21
96%



1% en covoiturage



E21
2%

1% en train

97% en voiture

Quel était votre moyen de transport sur place ?



86% en voiture



10% à pied



2% en transport en commun



2% à vélo

Notes de satisfaction

Transport

Transport intra-station / navettes



E21
7,7

Parkings / stationnement



E21
8,0

Signalisation



E21
8,5

Services Vélo





Haute
Maurienne
Vanoise

4. Les activités estivales



Octobre 2022

Les motivations

Les motivations principales des clients cet été 2022 sont dominées par une appétence pour les activités physiques et sportives. Les stations de Haute Maurienne Vanoise attirent pour leur richesse en terme d'activités sportives, mais aussi son choix en terme d'activités culturelles. Les clients marquent 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. Le développement des offres sur le territoire doit autant être au niveau culturel que sportif.

Les stations disposent d'une clientèle plutôt dynamique et donc peu intéressée par le farniente pendant son séjour de vacances.

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

Aimez pratiquer des **activités physiques ou sportives**

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

Vous aimez revoir vos amis, prendre du temps en famille

Vous aimez faire la fête, vous amuser

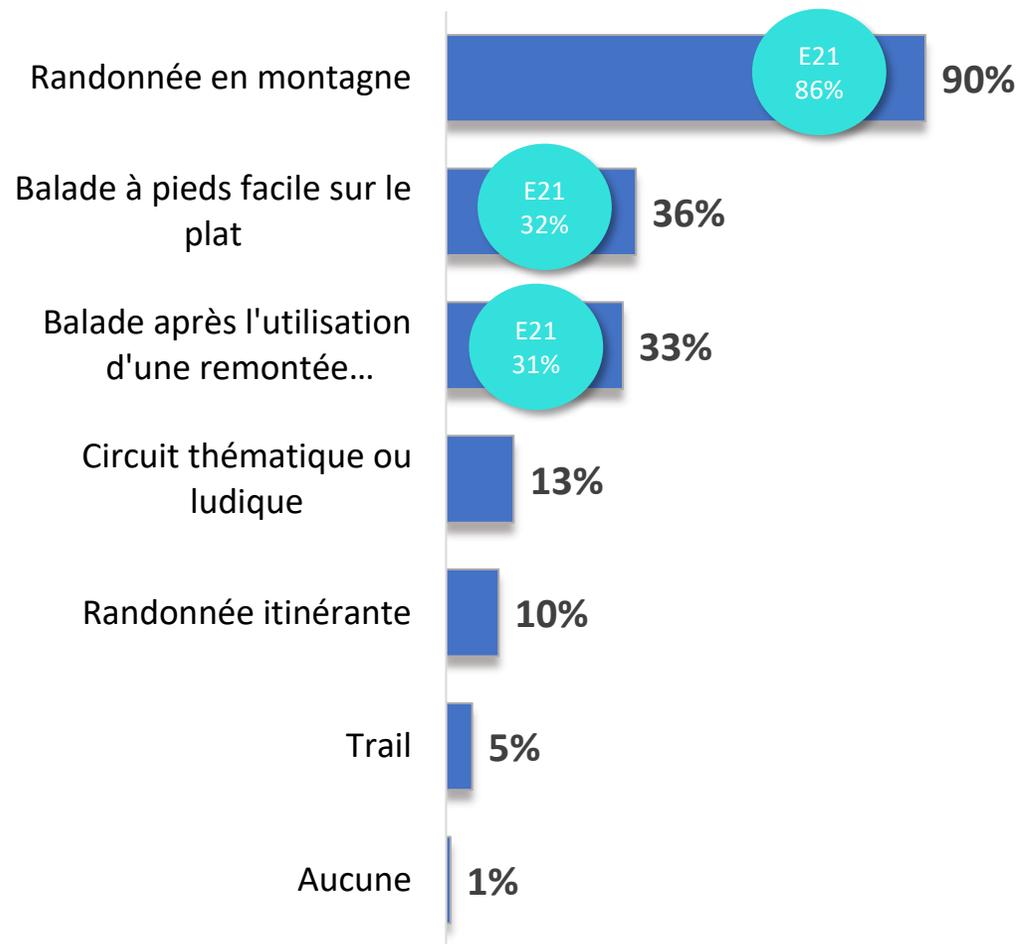
... vous préférez rester sur place dans la station choisie pour profiter des activités et animations proposées

Préférez vous reposer, faire peu de choses



Activités pratiquées – Randonnées et promenades

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



La randonnée en montagne reste l'activité principale pratiquée en Haute Maurienne Vanoise. Cette tendance se maintient pour près de 9 clients sur 10.

Nous retrouvons en deuxième et troisième position les balades avec ou sans utilisation des remontées mécaniques.

L'offre en matière de sentiers et de balades semblent être les critères les plus pris en comptes mais aussi appréciés de la clientèle de cette destination.

La satisfaction sur l'offre et les parcours de randonnées obtiennent d'excellentes notes et est en hausse.

Notes de satisfaction

Offre randonnée

Offre globale



Sécurité des itinéraires



Aménagement des itinéraires



Entretien des itinéraires

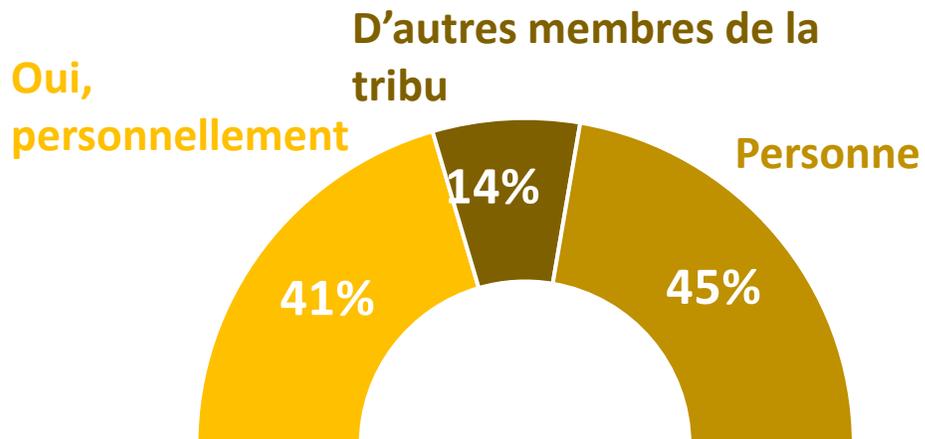


Fléchage, signalétique des itinéraires

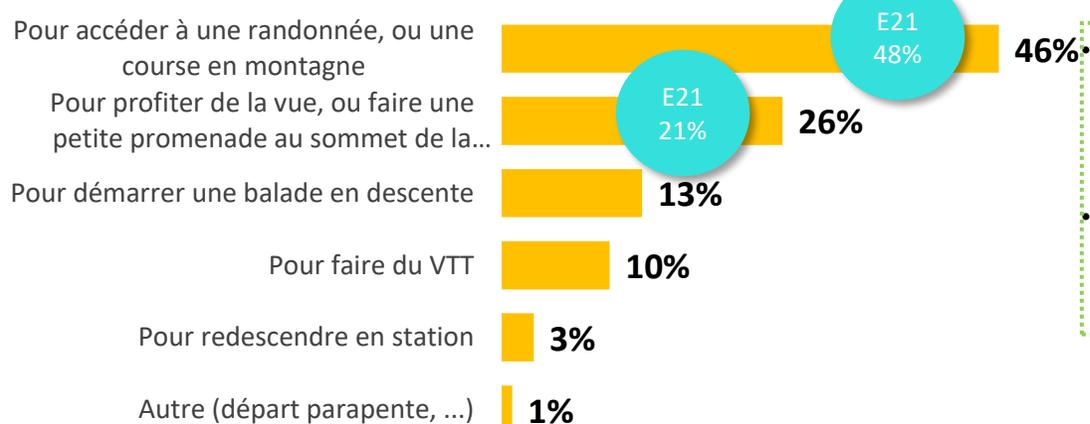


Remontées mécaniques

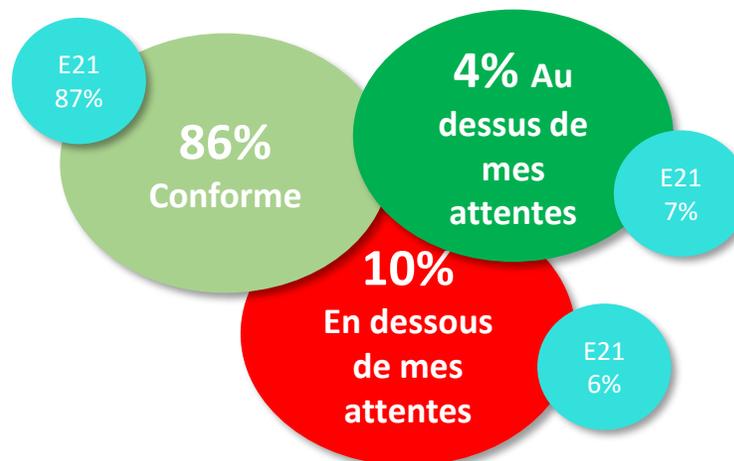
Avez-vous emprunté une remontée mécanique pendant ce séjour : télécabine, télésiège... ?



Dans quel but principalement ?



L'offre des remontées mécaniques était-elle au-dessus, conforme ou en-dessous de vos attentes ?

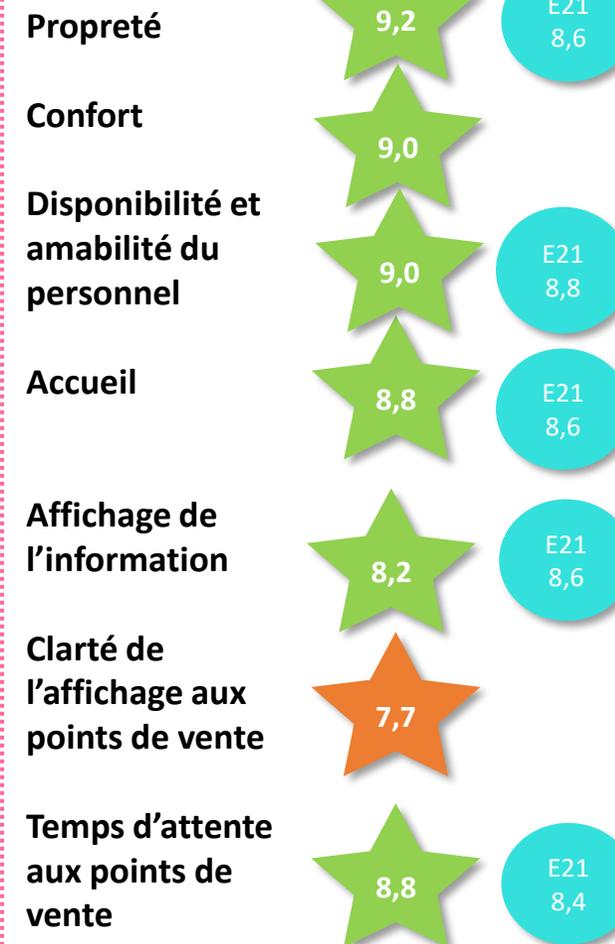


Si en dessous, pour quelles raisons ?

“ offre trop segmentée (sièges réservés aux VTT, sièges neutralisés, sièges piéton) ; les temps d'attente sont trop longs et tout cela a l'air très inutile et uniquement destiné à faciliter la vie des opérateurs ou opératrices; c'est un peu abusé. ”

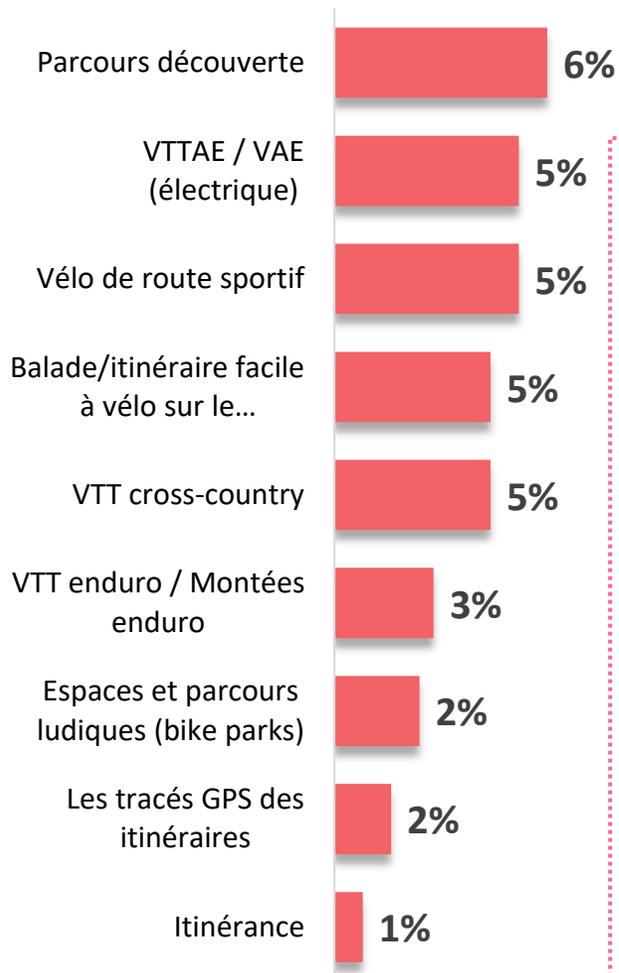
“ L'horaire de la télécabine à Lanslevillard était trop tardif pour faire une randonnée conséquente en période de canicule ”

Notes de satisfaction
Remontées mécaniques



Activités pratiquées – Cyclo et VTT

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



Notes de satisfaction

Offre cyclo / VTT

Sécurité des itinéraires



Aménagement des itinéraires



Entretien des itinéraires



Fléchage, signalétique des itinéraires



Notes de satisfaction : services location vélo

Location



Réparation



Encadrement



Quel(s) aspect(s) lié(s) à la pratique du vélo devrai(en)t être amélioré(s) ?

- “ Plus de circuit débutants ”
- “ Plus singles pour le xc et une meilleure signalisation pour le départ des randos beaucoup de mal à trouver un départ depuis la station ”
- “ plus de location de VTTAE et vélo de route ”

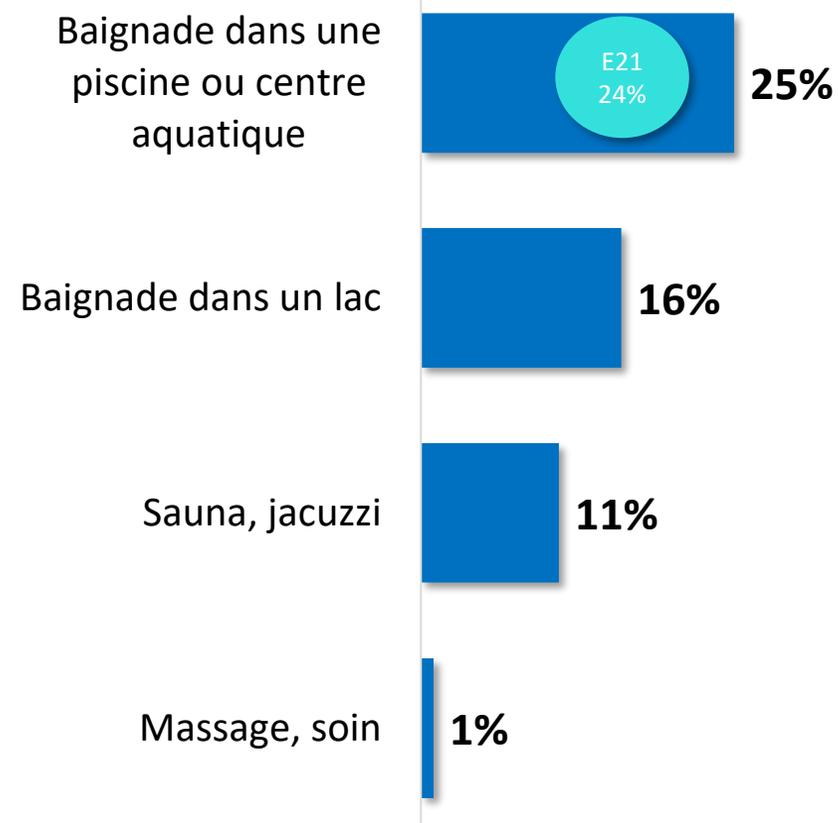
Activités pratiquées – Autres

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

Culture et évènements

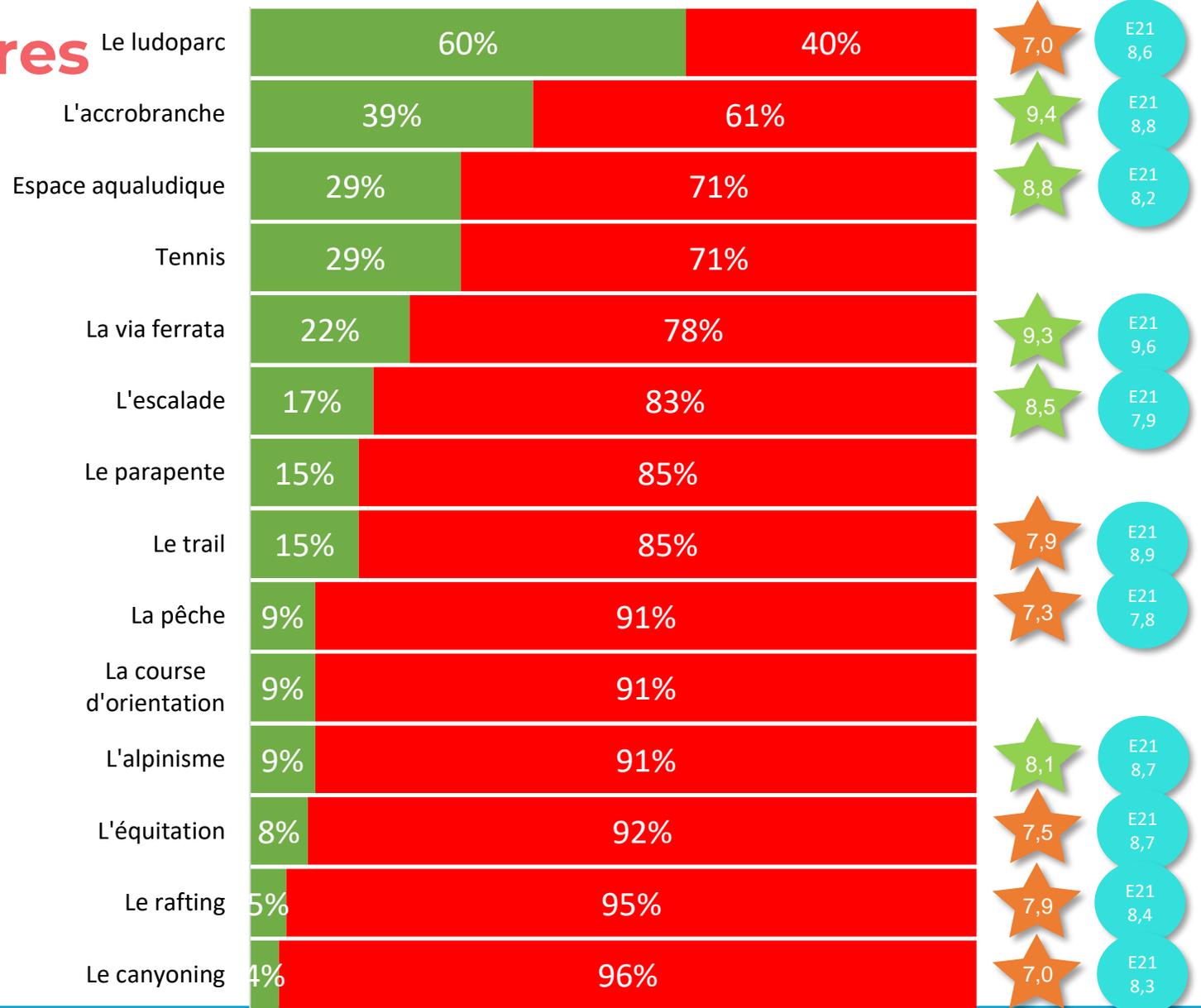


Eau et bien-être



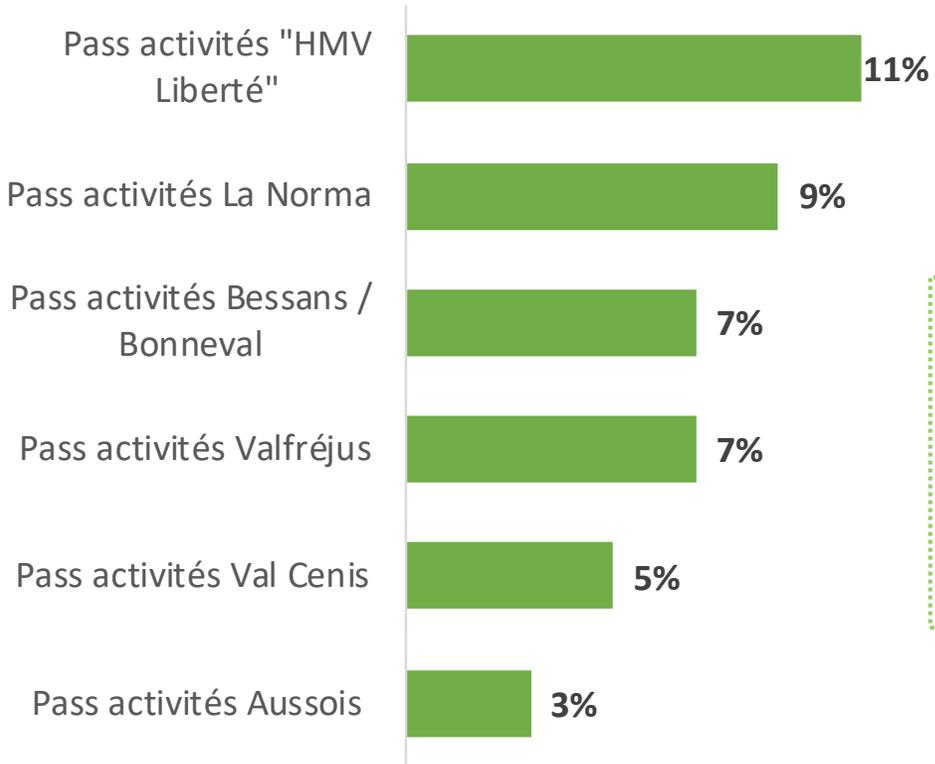
Activités pratiquées - Autres

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



Cartes activités

Avez-vous acheté une carte activités ?



Avez-vous des suggestions ou remarques concernant la carte activités (achat, utilisation, activités...) ?

- “ Finalement peu d'intérêt pour nous, les gestion de cartes sont de plus en plus compliquée. Le bracelet était plus pratique. Nous ne la prendrons plus. ”
- “ Pass liberté non dispo, moins attractif du coup... Pas d'info sur le sujet!

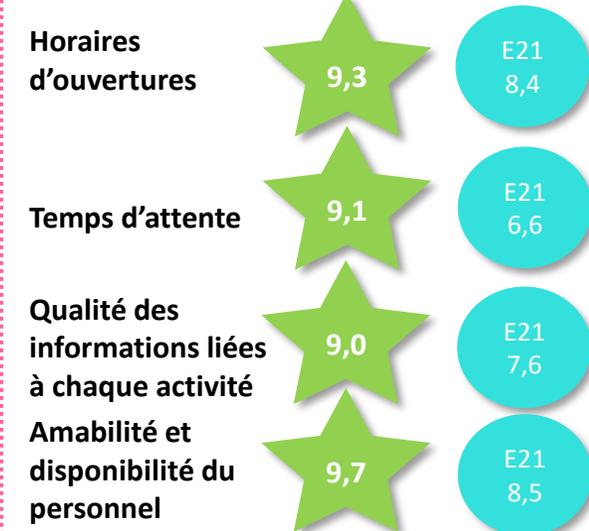
Notes de satisfaction

Carte activités



Notes de satisfaction

Billetterie



Visites hors station

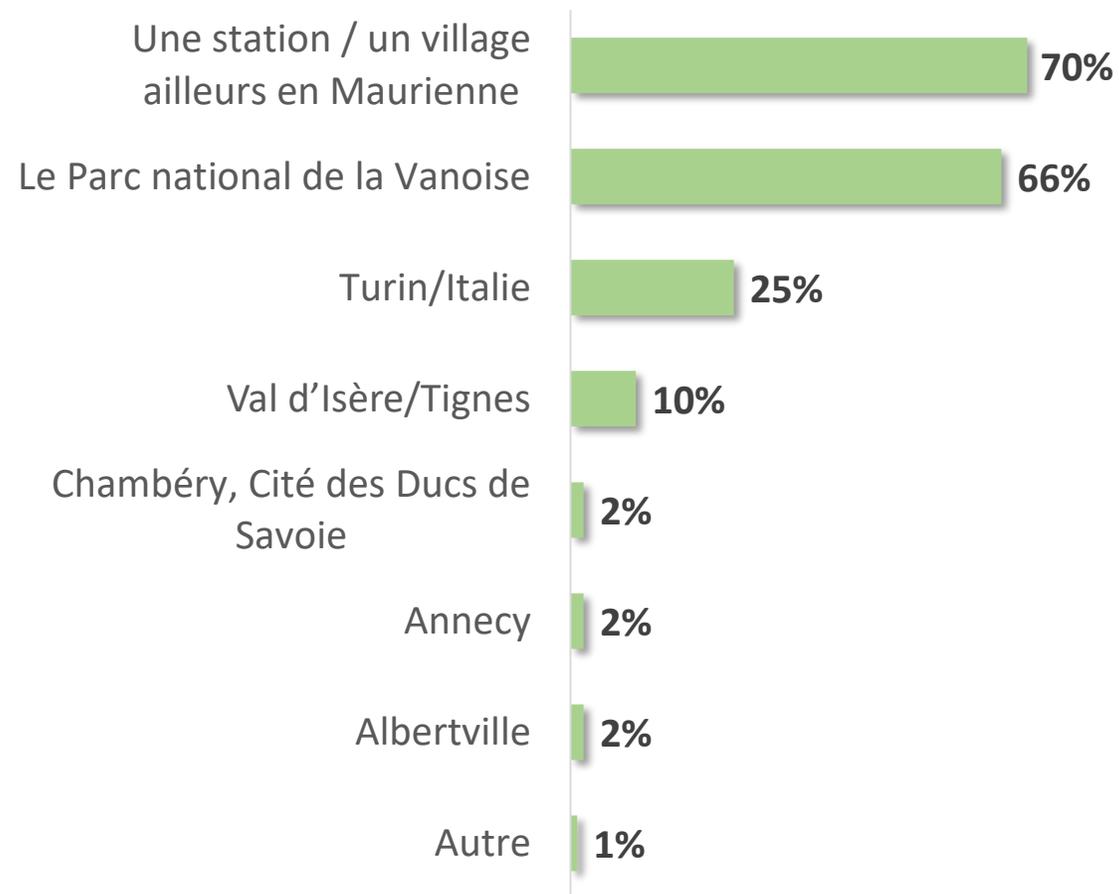
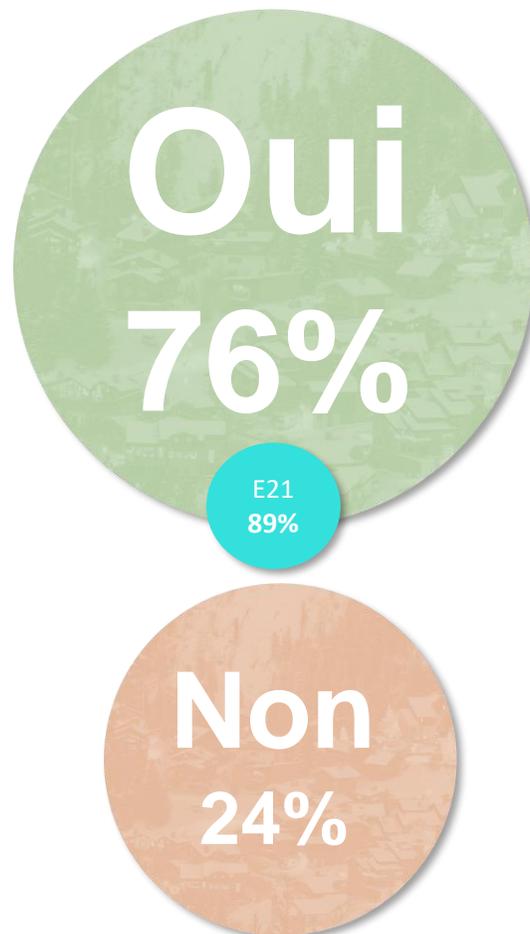
Vous êtes peut-être sortis de la station pour aller pratiquer une activité ou effectuer une visite. Si oui, quels endroits avez-vous visité ?

Plus de trois quart 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.

Une mobilité très importante des clients en saison estivale.

La plupart des clients sont allés visiter une station ou un village environnant en Maurienne. Le Parc National de la Vanoise fait partie des visites incontournables de la destination et est une valeur forte pour le territoire.



Sorties inter-stations

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



Aussois

Oui, Val Cenis 44%
 Non, aucune 35%
 Oui, Bonneval sur Arc 23%
 Oui, La Norma 16%
 Oui, Valfréjus 11%
 Oui, Bessans 6%



Bessans

Oui, Bonneval sur Arc 85%
 Oui, Val Cenis 27%
 Oui, Aussois 23%
 Non, aucune 2%



Bonneval sur Arc

Oui, Bessans 59%
 Oui, Val Cenis 53%
 Oui, Aussois 24%
 Non, aucune 20%
 Oui, Valfréjus 3%



La Norma

Oui, Aussois 67%
 Oui, Val Cenis 37%
 Oui, Bonneval sur Arc 21%
 Non, aucune 20%
 Oui, Bessans 17%
 Oui, Valfréjus 13%



Val Cenis

Oui, Bonneval sur Arc 82%
 Oui, Bessans 57%
 Oui, Aussois 47%
 Oui, La Norma 13%
 Non, aucune 11%
 Oui, Valfréjus 9%

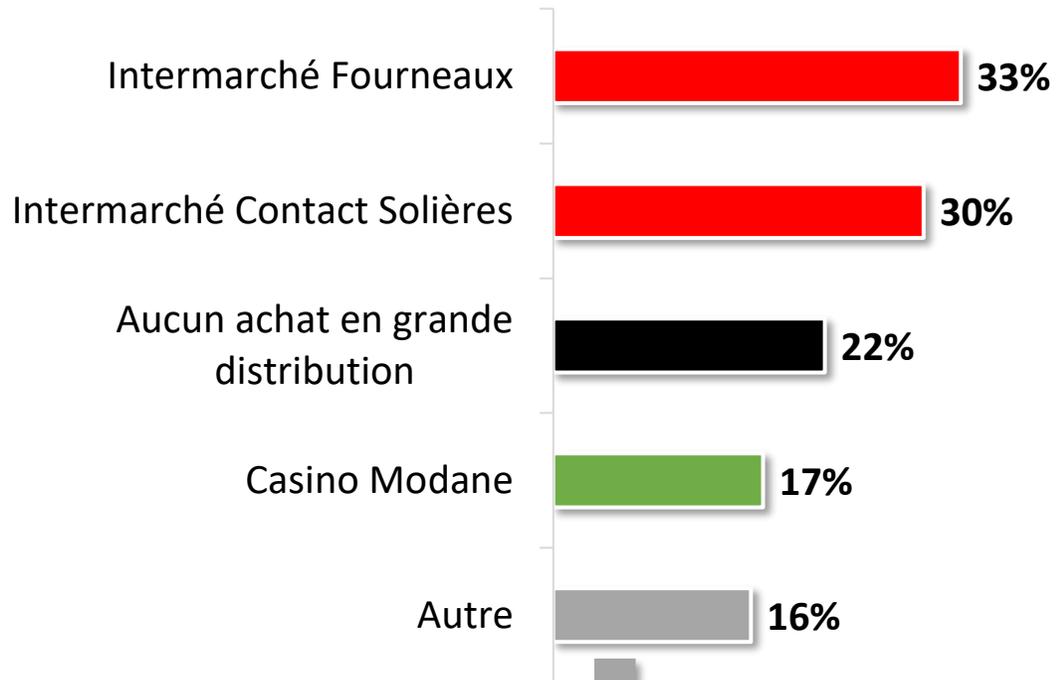


Valfréjus

Oui, Aussois 93%
 Oui, Val Cenis 77%
 Oui, Bonneval sur Arc 39%
 Oui, La Norma 39%
 Non, aucune 7%

Achats grande distribution

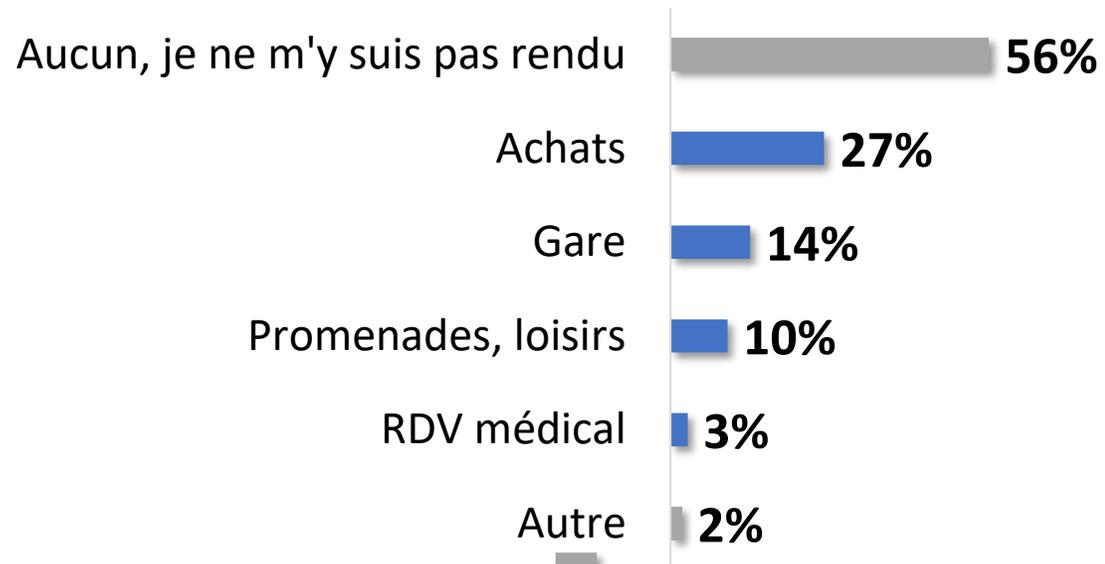
Avez-vous fait des achats en grande distribution ?



- « Sherpa Bonneval-sur-Arc »
- « Carrefour Market Lanslebourg »
- « Proxi Aussois »
- « Libre service de Lanslevillard, fromagerie, boucherie ».

Escale à Modane-Fourneaux

Vous êtes vous rendu pendant votre séjour à Modane-Fourneaux ? Pour quel(s) motif(s) ?



- « Pharmacie »
- « Maison penchée »
- « Recharger mon véhicule hybride »
- « Garage »



Haute
Maurienne
Vanoise

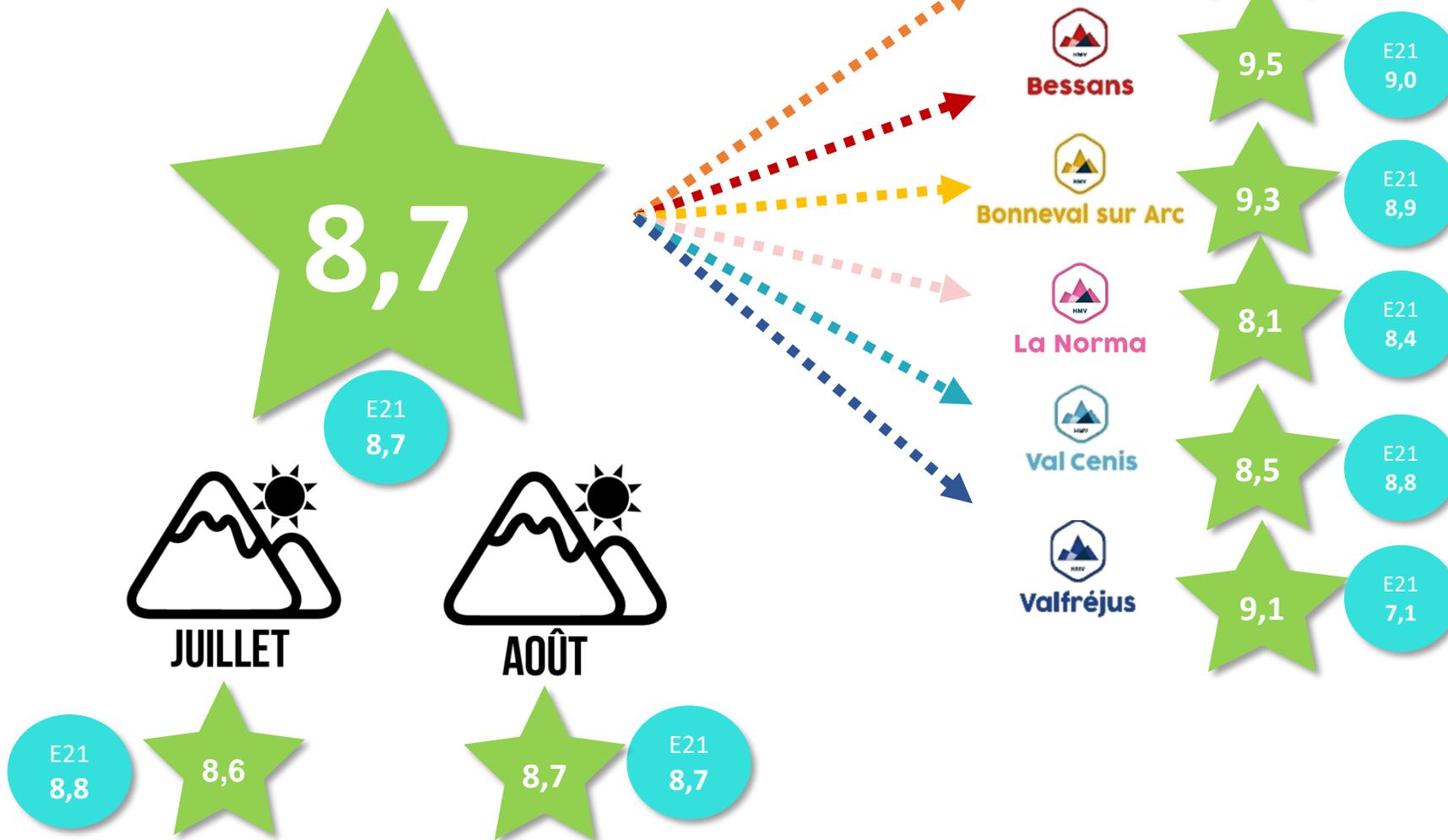
5. La satisfaction client



Octobre 2022

Satisfaction globale séjour

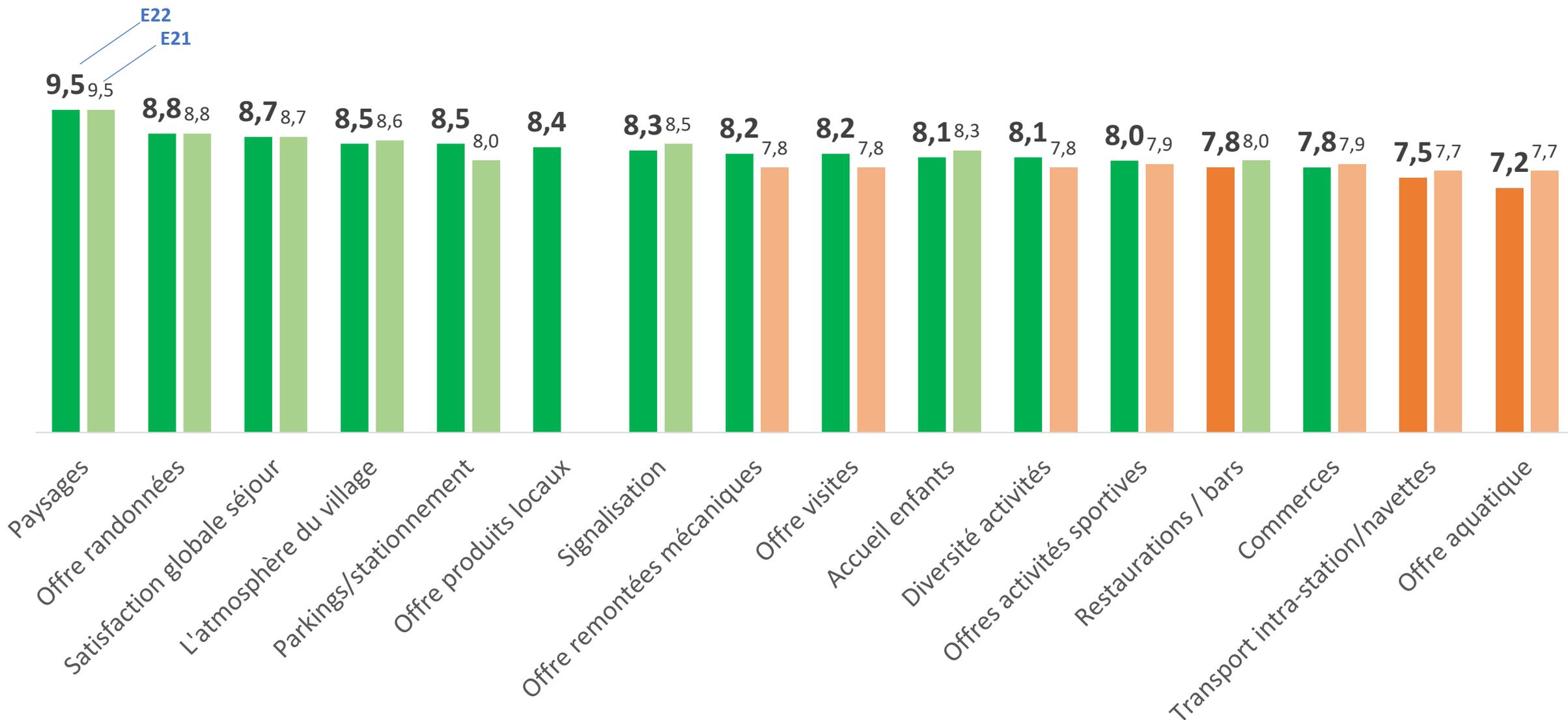
Quelle est votre appréciation globale de votre séjour ?



Comparatif stations
Satisfaction globale

les saïSies <small>— 1650 m</small>	8,3/10
ARECHES BEAUFORT	8,7/10
Val d'Arly <small>SAVOIE MONT-BLANC</small>	8,7/10
La Clusaz <small>French Alps</small>	8,6/10
Haute Maurienne Vanoise	8,7/10

Satisfaction par critère



Satisfaction Office de Tourisme

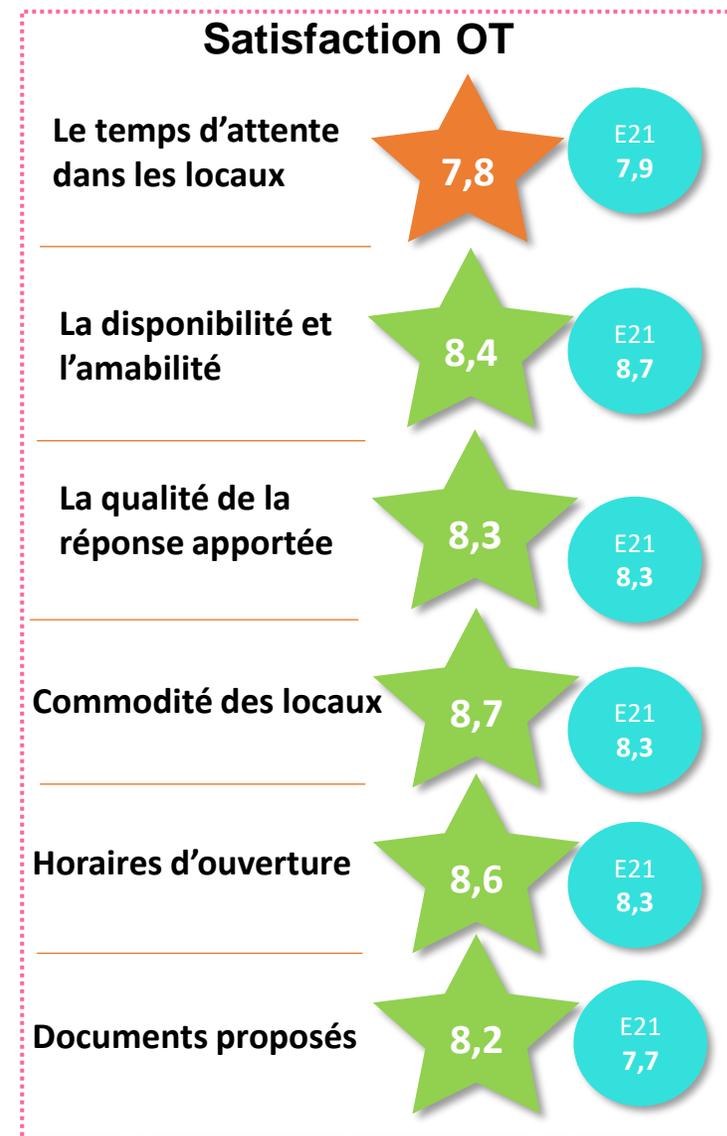
A l'Office de Tourisme vous a-t-on donné l'envie de pratiquer une activité, de découvrir un lieu ?



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



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



Les futures intentions

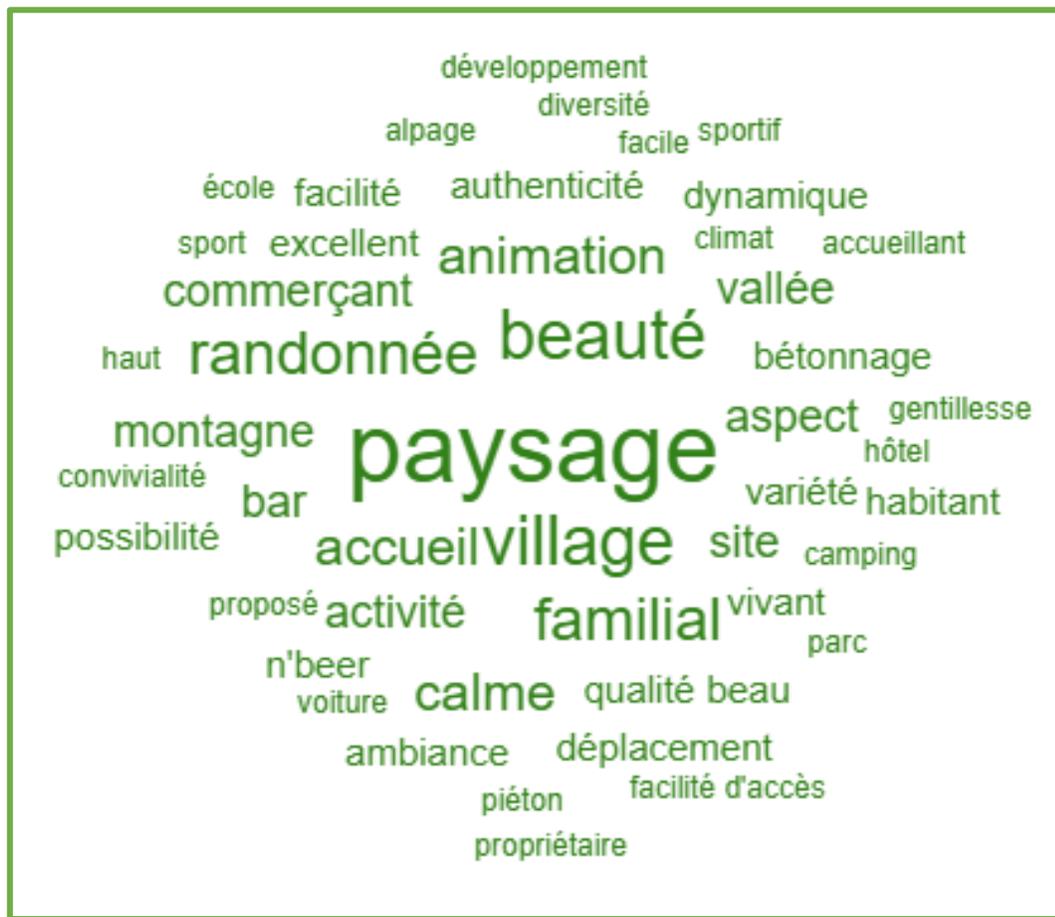
Quelle est la probabilité pour que vous retourniez dans cette station...
(100% = absolument certain ; 0% aucune chance)



Les facteurs de fidélisation clients



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



Le paysage

- « La beauté des **paysages** et la tranquillité »
- « **Paysages, calmes** »
- « **Paysages grandioses** »

Village

- « Authenticité du **village** »
- « **Village** à taille humaine »
- « **Village** tranquille et sympathique »

Randonnées

- « Beauté des **randonnées** »
- « La Haute Maurienne permet de faire des **randonnées** faciles pour les enfants et les personnes âgées. »
- « Pas besoin d'utiliser la voiture pour accéder à de belles **randonnées**. »

Commerces / Commerçant

- « Envie de revenir pour l'ambiance du village, l'accueil des commerçants et des animations dans la station. »

Net Promoter Score

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



→ 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.



(promoteurs – détracteurs)

E21
+53

Comparatif stations NPS		
les saisisies — 1650 m	+49	
ARECHES BEAUFORT	+55	
Val d'Arly SAVOIE MONT-BLANC	+58	
La Clusaz French Alps	+65	

- Aussois +76
- Bessans +97
- Bonneval sur Arc +80
- La Norma +80
- Val Cenis +53
- Valfréjus +93



Haute
Maurienne
Vanoise

6. Synthèse et préconisations



Octobre 2022

Synthèse et recommandation

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 et sur les régions de France bordant le littoral, et sur les clientèles étrangères.

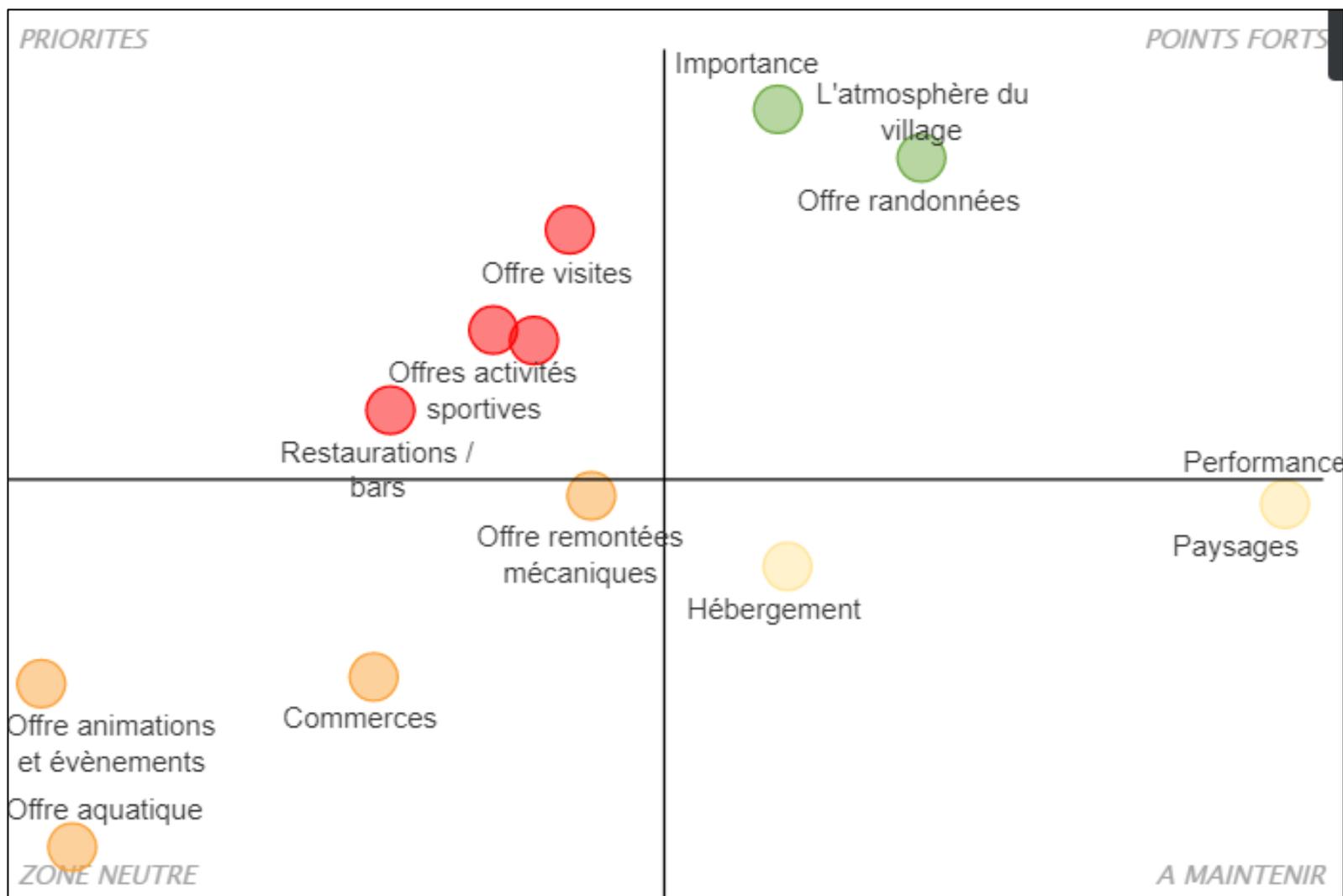
Capitaliser sur les atouts et valeurs des stations, de leur diversité, ainsi que du territoire : leur caractère familial, le charme des villages, la proximité des sentiers de randonnées est un véritable atout la destination. Les évènements marquants de la destination sont aussi important pour son attractivité (transmaurienne, iséranne, trail EDF...)

Une clientèle familiale et sportive : communiquer davantage sur la multitude des activités présente. Une vraie force pour la destination. Il existe bien un enjeu économique autour de ces activités. Renforcer la visibilité des offres de loisirs notamment pour les nouveautés. Renforcer le développement des ailes de saison en proposant des activités et animations spécifiques.

Surveiller certains niveaux de satisfaction qui engendrent quelques mécontentements clients : manque d'activités, d'ouverture de commerces à certaines périodes... Le manque de lisibilité du produit pass loisirs nécessiterait la mise en place d'un pass multi activités / stations et serait une belle marque de fédéralisme pour la destination.

Poursuivre les actions en faveur de la mutation 4 saisons à travers des animations, activités et évènements qui permettent de se différencier, de fidéliser les clients, de recruter de nouveaux clients, d'améliorer la notoriété et de participer entièrement à l'expérience client.

Matrice importance / performance



La matrice Importance/Performance permet d'obtenir, d'un coup d'œil une vision claire et opérationnelle, de l'ensemble des critères / services de satisfaction globale du séjour client.

Interprétation des 4 cadrans :

Valoriser : le cadran en haut à droite regroupe les services ayant une importance forte et une bonne satisfaction. Il s'agit donc des critères que vous pouvez valoriser et sur lesquels vous pouvez communiquer.

Maintenir : Le cadran en bas à droite regroupe les services ayant une importance relativement faible mais une bonne satisfaction. Il faut donc maintenir ces services mais ils ne représentent pas un enjeu stratégique pour vous.

Surveiller : Le cadran en bas à gauche regroupe les services ayant une importance relativement faible et une satisfaction relativement mauvaise. Bien que vous puissiez les travailler, ils ne sont pas prioritaires du fait de leur faible influence sur l'indicateur clé de satisfaction globale séjour.

Améliorer en priorité : Le cadran en haut à gauche regroupe les services ayant une importance forte et une satisfaction relativement mauvaise. Il s'agit là de votre cœur d'actions. Tous ces attributs pénalisent grandement votre indicateur clé de satisfaction globale séjour.



**Haute
Maurienne
Vanoise**

Merci !

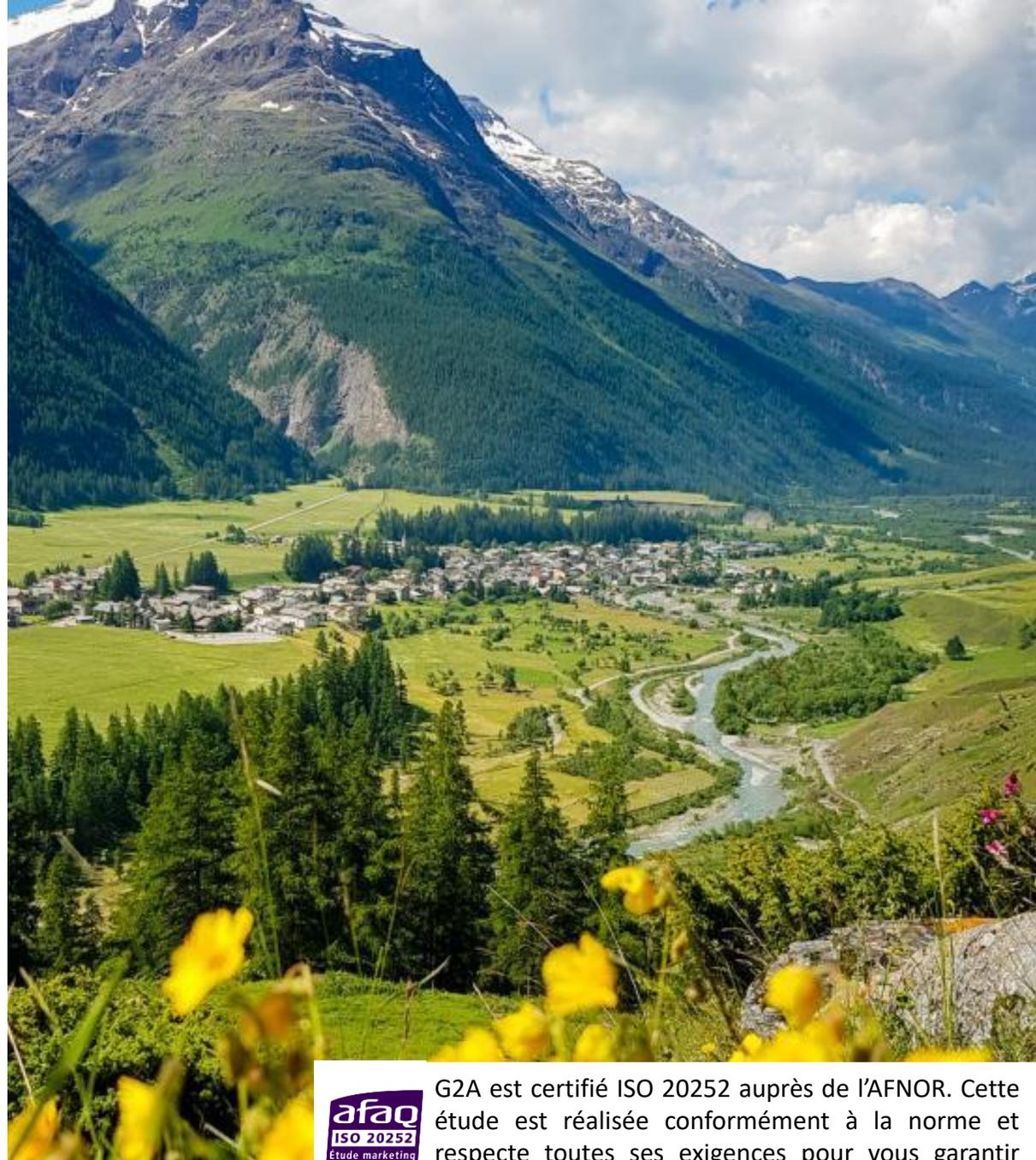


~ Votre contact G2A ~

Julie BALMET
Responsable Enquêtes et Qualité



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



G2A est certifié ISO 20252 auprès de l'AFNOR. Cette étude est réalisée conformément à la norme et respecte toutes ses exigences pour vous garantir confidentialité, fiabilité et protection des données.

Annexes

- ❖ **Lien pour la consultation du questionnaire (WORD) :**
https://vip.sphinxonline.net/g2a/H22_TC_VF/questionnaire_hmv.htm
- ❖ **Lien du webreporting pour la consultation des résultats en temps réel :**
https://g2a-consulting-a.sphinxonline.net/g2a/H22_TC_VF/reporting_HMV_NW32.htm
- ❖ **Lien pour la consultation de la significativité des résultats (WORD) :**
https://vip.sphinxonline.net/g2a/H22_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*
- ❖ **Redressement des données : canaux de réservation & périodes**
(représentativité de l'échantillon collecté)

