

Observatoire des profils, comportements, satisfaction clients

Eté 2024



**Haute
Maurienne
Vanoise**

VALFRÉJUS | LA NORMA | AUSOIS
VAL CENIS | BESSANS | BONNEVAL SUR ARC



OBJECTIFS ET METHODOLOGIE	01
LES PROFILS CLIENTS	02
LE PROCESSUS DE CHOIX ET RESERVATION	03
LES ACTIVITES PRATIQUEES	04
LA SATISFACTION CLIENT	05
SYNTHESE ET PRECONISATIONS	06



SOMMAIRE



01

**OBJECTIFS ET
METHODOLOGIE**

Objectifs

➔ **Dans un marché touristique particulièrement concurrentiel**, cette enquête permet le suivi précis des profils, comportements et satisfaction des clients de la destination dans le but de mieux comprendre les attentes et besoins de la clientèle.

L'objectif de cet outil est double. Il doit posséder :

- Un caractère opérationnel fort afin d'en faire un outil d'ajustement des services (réactivité opérationnelle)
- Un caractère marketing afin de définir les profils des consommateurs pour mieux définir les plans d'actions opérationnels.

➔ Cet outil de pilotage doit pouvoir satisfaire les exigences suivantes :

❖ **Caractériser les profils clients**

Les profils des clients, leur situation familiale, la composition de la tribu de voyage, l'âge, la fidélité et les nouveaux clients...

❖ **Déterminer les comportements clients**

Les comportements clients en matière de consommation, leurs dépenses par catégorie les critères de choix, le processus de réservation, le canal et délai de réservation, l'hébergement, la durée de séjour, les activités pratiquées, la consommation des forfaits,...

❖ **Evaluer la satisfaction clients**

La satisfaction clients sur les différents services proposés par la destination : les commerces, les restaurants, l'Office de Tourisme, le stationnement... La mesure des intentions de retour et de recommandation (NPS) ainsi que les facteurs de fidélisation et d'attrition

➔ De plus, cet outil permet également de pouvoir se comparer aux autres stations afin de pouvoir se situer sur le marché. Enfin, le suivi dans le temps est nécessaire pour voir les évolutions sur les différents indicateurs d'une année à l'autre.

Méthodologie

- ❖ **Enquête en ligne, post-séjour** auprès de clients venus dans la station pendant l'été 2024
- ❖ **Mobilisation des répondants** : Activation des fichiers BDD Ventes en ligne, Centrale de réservation, Site web, Remontées mécaniques, agences immobilières, QR Code, Réseaux sociaux.
- ❖ **Période d'enquête** : du **30/06/2024** au **03/10/2024**
- ❖ **Durée moyenne** du questionnaire : **~10 minutes**
- ❖ Les **notes de satisfaction** sont basées sur une **échelle de 0 à 10**
NB : Satisfaits = de 8 à 10/10. Neutres = de 6 à 7/10. Insatisfaits = de 0 à 5/10
- ❖ **Éléments de comparaison** : échantillons de plusieurs stations panel G2A



- ❖ Traitement des **questions ouvertes** avec la technologie Youmean qui utilise l'**intelligence artificielle**.
Youmean

NOMBRE DE REPONSES

224

N-1 = 334 réponses



02

LES PROFILS CLIENTS

Composition de l'échantillon

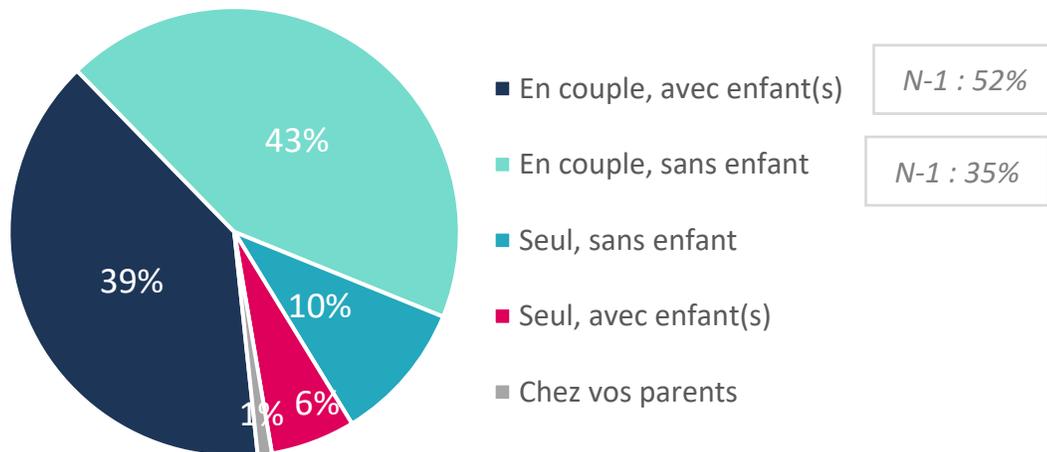
Vous êtes...

50% ♀ 50% ♂

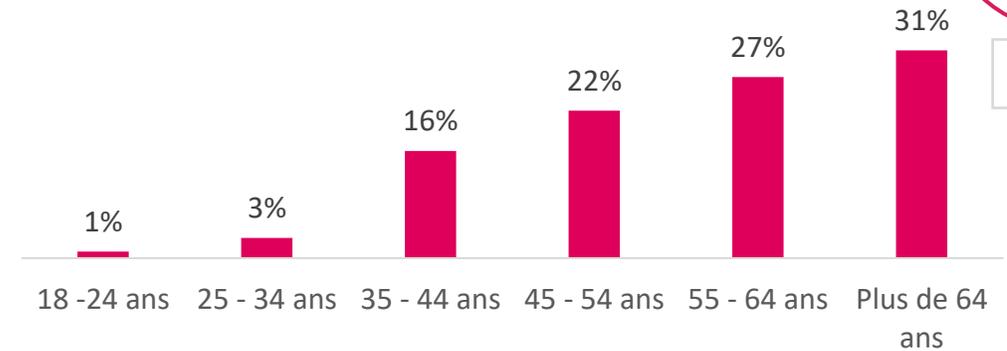
N-1 :
51%

N-1 :
49%

A votre domicile, vous vivez...



Votre âge...



Moyenne
d'âge :

56 ans

N-1 : 51 ans

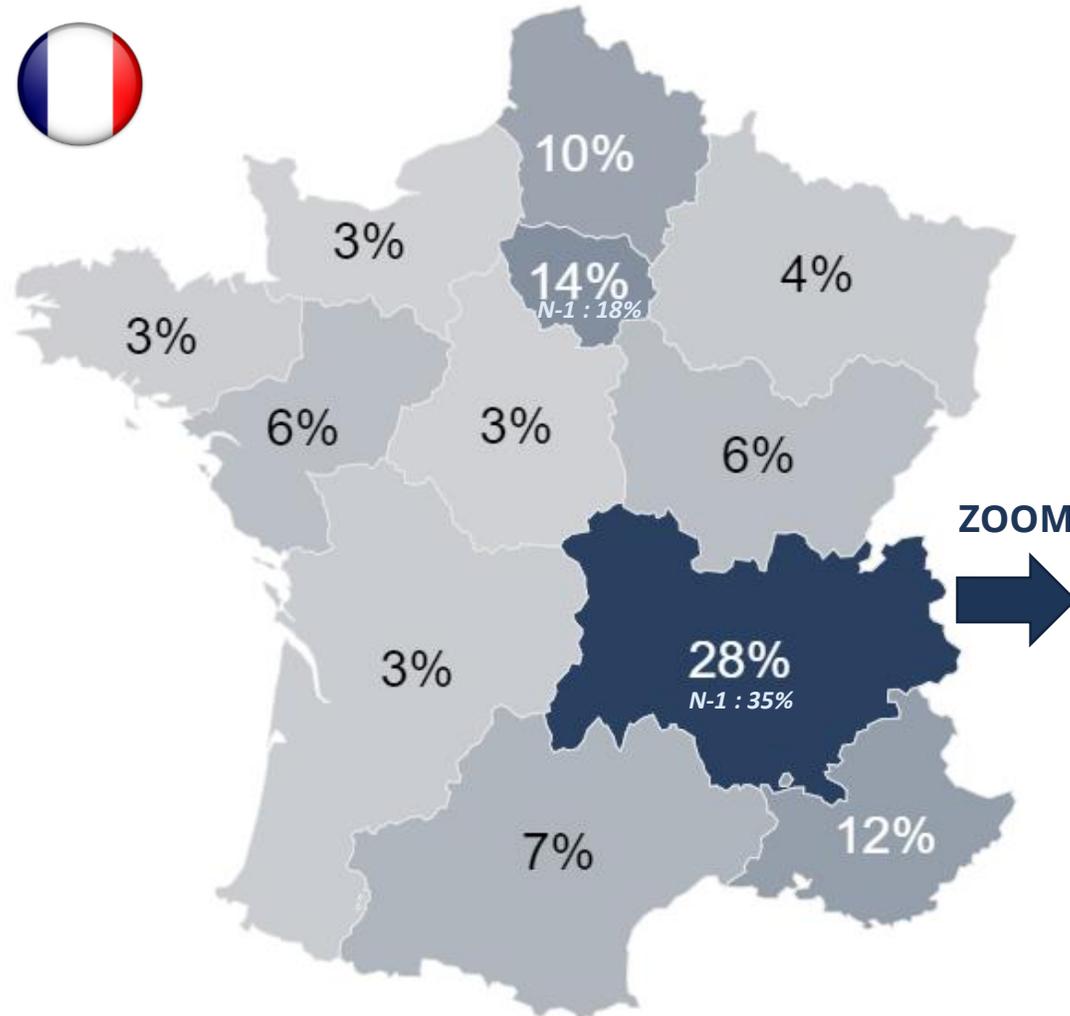
Le revenu net de votre ménage...

3 852€ /mois

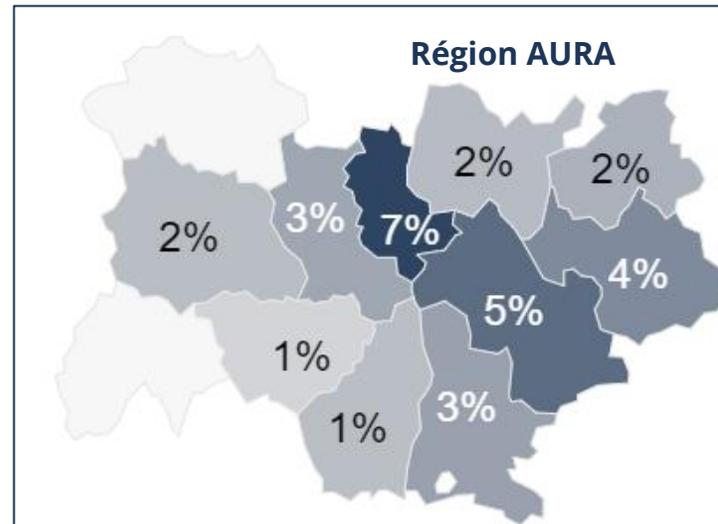
N-1
4 271€ /mois

Origine des clients

D'où venez-vous ?



ZOOM



Benchmark stations

Stations	% AURA	% IDF
Haute Maurienne Vanoise	28%	14%
Arêches-Beaufort	29%	21%
Les Saisies	32%	14%
La Clusaz	26%	17%
Valloire	30%	22%



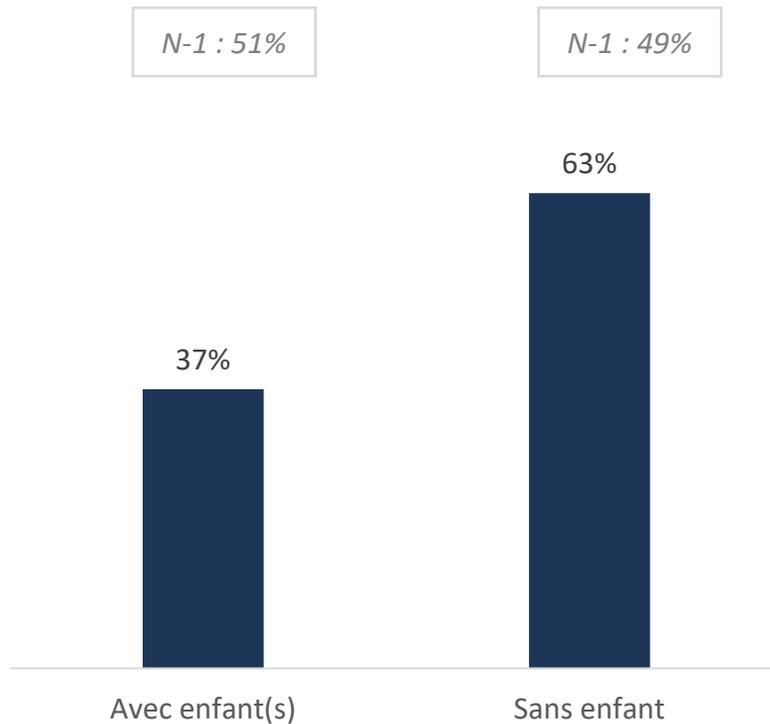
Zoom sur les profils clients selon leur région d'origine

Critères	AURA	IDF
Durée de séjour	9,7 nuits	10,4 nuits
Budget séjour	1 282€	1 438€
Satisfaction globale	8,7/10	9,1/10
Fidélité (déjà venu été)	73%	70%

NB : 92% de Français ont répondu à l'enquête. Les clientèles étrangères sont légèrement sous-représentées dans l'échantillon : 5% de belges et 1% d'italiens.

Composition du groupe

Comment était composée votre tribu de voyage ?



Taille moyenne de la tribu de voyage :
2,5
personnes



Benchmark stations

Stations	% Avec enfant(s)	% Sans enfant
Haute Maurienne Vanoise	37%	63%
Arêches-Beaufort	49%	51%
Les Saisies	67%	33%
La Clusaz	60%	40%
Valloire	73%	27%

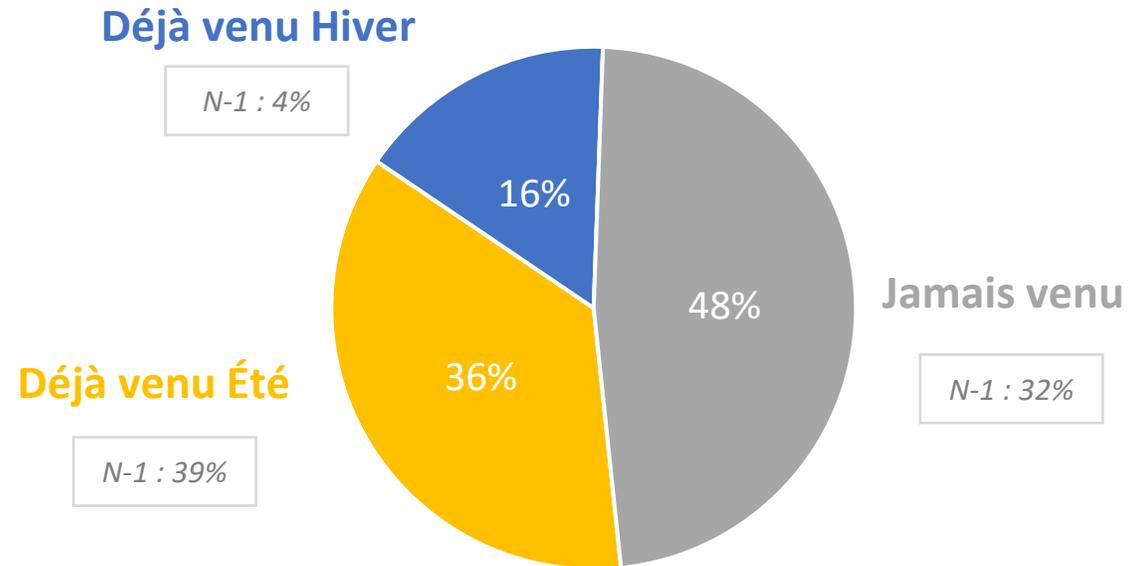


Zooms sur les profils clients par type de groupe

Critères	Avec enfant(s)	Sans enfant
Durée de séjour	10,2 nuits	10,6 nuits
Budget séjour	1 738€	1 416€
Satisfaction globale	8,7/10	8,9/10
Fidélité (déjà venu été)	70%	73%

Fidélité de la clientèle

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



Cet été 2024, 48% des clients présents en Haute Maurienne Vanoise étaient des nouveaux visiteurs, n'ayant jamais fréquenté la station ni en été ni en hiver.

Bien que les stations de Haute Maurienne Vanoise dispose d'une base solide de clients fidèles ayant déjà séjourné lors de précédents hivers ou étés, elles bénéficient également d'un taux de renouvellement de la clientèle particulièrement prometteur durant la saison estivale. Cette dynamique est étroitement liée à ses stratégies de commercialisation et à la diversité de son offre d'hébergement.

Ainsi, la destination Haute Maurienne Vanoise a su capitaliser sur sa clientèle fidèle tout en attirant un nombre significatif de nouveaux visiteurs cet été 2024, consolidant ainsi ses performances et affirmant son attrait sur le marché.



Benchmark stations

Stations	% Déjà venu	% Nouveaux clients
Haute Maurienne Vanoise	52%	48%
Arêches-Beaufort	41%	59%
Les Saisies	48%	52%
La Clusaz	51%	49%
Valloire	57%	43%



Zooms sur les profils clients par typologie

Critères	Déjà venu été	Nouveaux clients
Durée de séjour	10,8	9,5
Budget séjour	1 582€	1 418€
Satisfaction globale	8,9/10	8,7/10

Budget – dépenses clients

Pouvez-vous évaluer le budget total dépensé pour ce séjour ?



➤ 1 521€
pour un séjour marchand

➤ 2 083€
pour un séjour non marchand



Benchmark stations

Stations	Budget total	Budget / jour / pers.
Haute Maurienne Vanoise	1 535€	59€
Arêches-Beaufort	1 550€	61€
Les Saisies	1 915€	65€
La Clusaz	2 054€	77€
Valloire	1 849€	51€



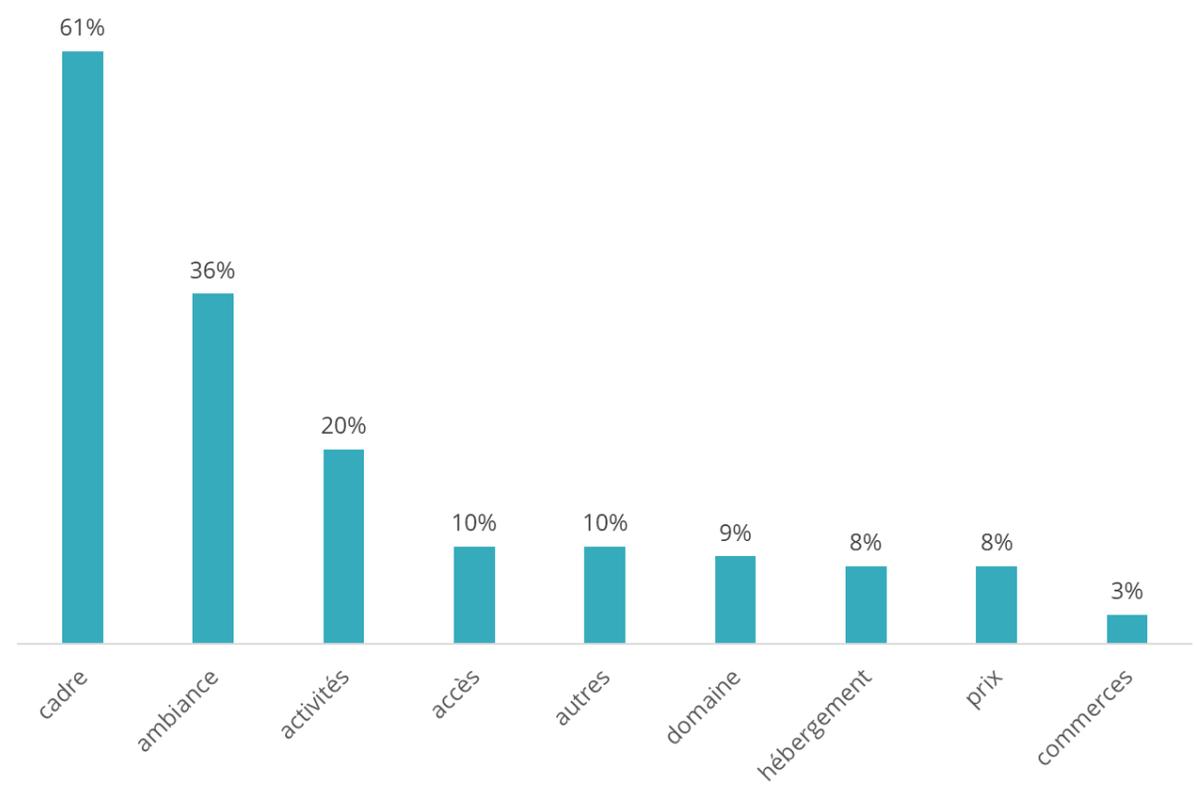
03

LE PROCESSUS DE CHOIX ET RESERVATION

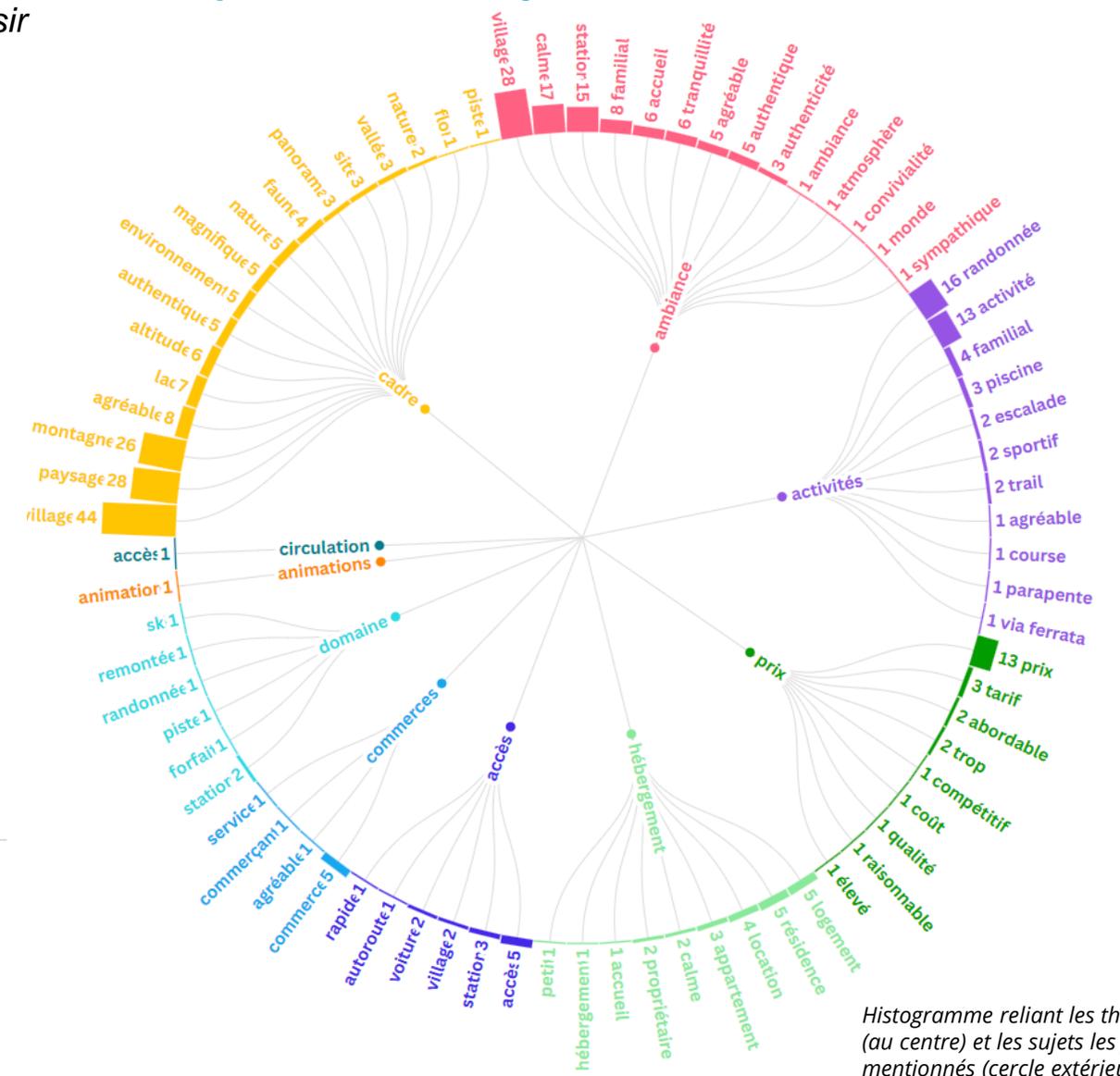
Les critères de choix (1/2)

Quels sont les 3 critères principaux qui vous ont convaincus de choisir notre destination plutôt qu'une autre ?

• Les thèmes cités



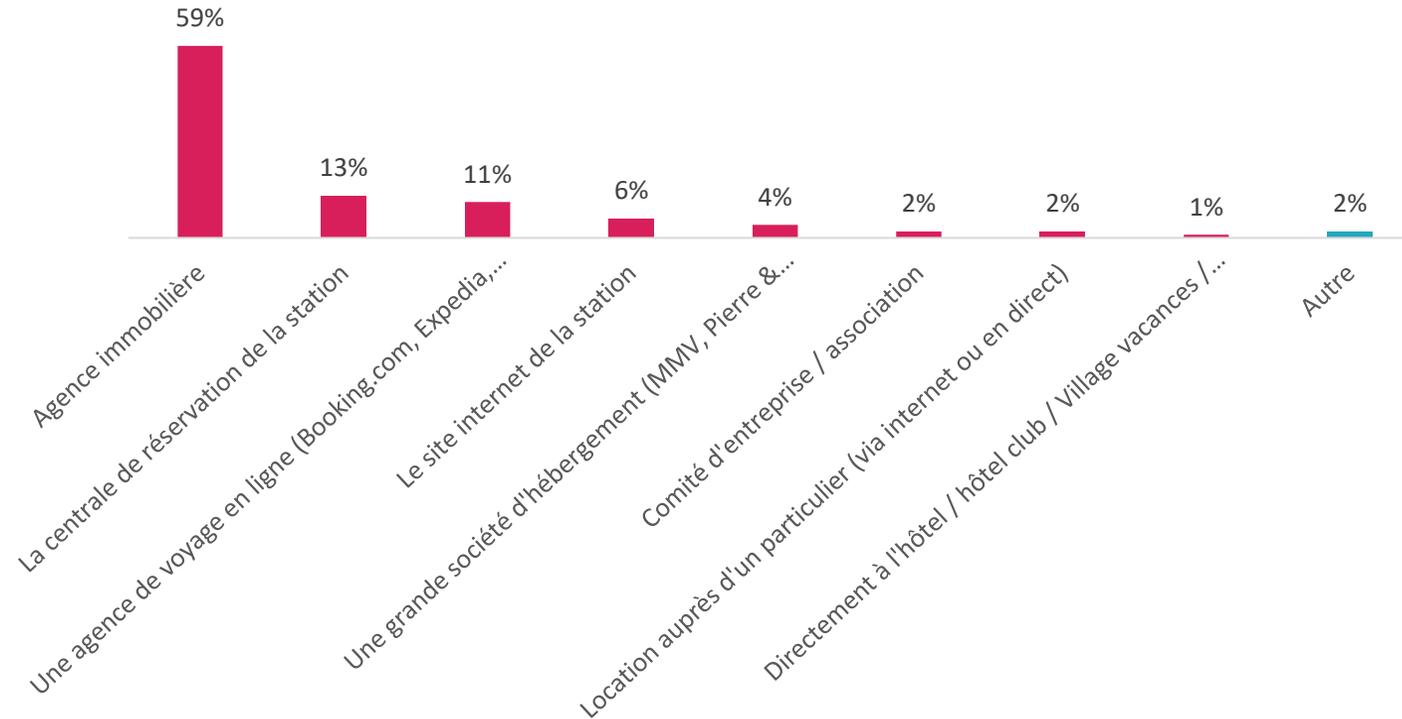
• La présence des sujets dans les thèmes cités



Histogramme reliant les thèmes (au centre) et les sujets les plus mentionnés (cercle extérieur)

La réservation

Qui était votre interlocuteur pour la réservation ?



98%
de réservations marchandes

N-1 : 71%

2%
de réservations non marchandes

N-1 : 29%



Benchmark stations

Stations	% Marchands	% Non marchands
Haute Maurienne Vanoise	98%	2%
Arêches-Beaufort	80%	20%
Les Saisies	80%	20%
La Clusaz	72%	28%
Valloire	78%	22%



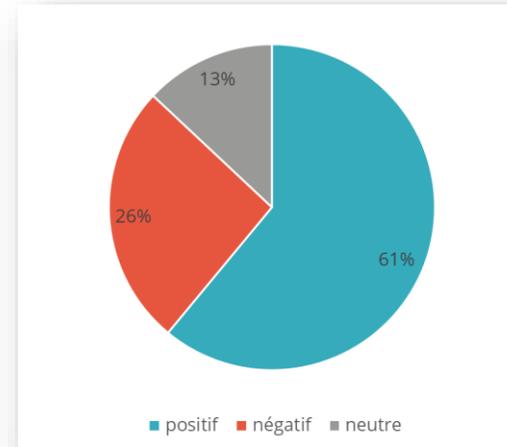
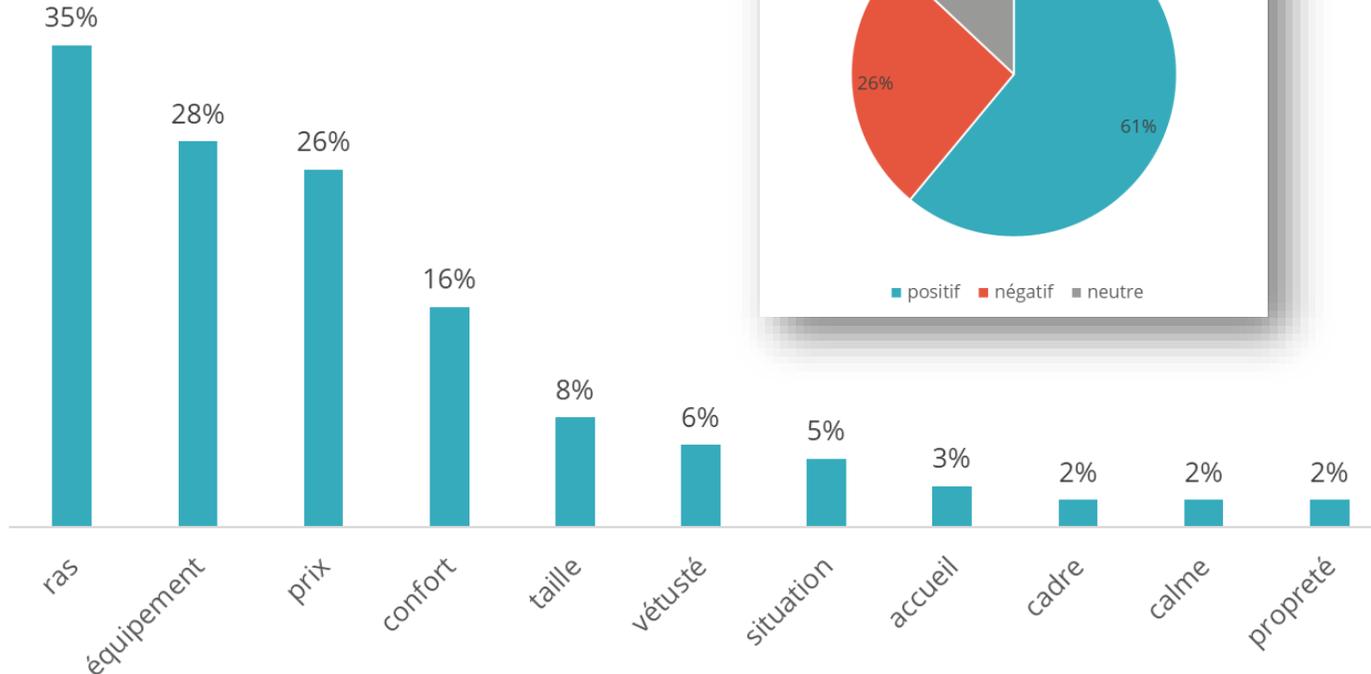
Zooms sur les profils clients

	Marchands	Non marchands
Durée de séjour	10,5	9,8
Budget séjour	1 521€	2 083€
Satisfaction globale	8,9/10	5,8/10

L'hébergement

Quelles sont vos remarques ou suggestions à propos de votre hébergement (prix, confort, taille...)?

• Les thèmes cités



Nota : le « RAS » est généralement positif et a donc du sens, son poids à 46% signifie une forte approbation.

• Synthèse des thèmes essentiels

- **RAS** : de nombreux clients expriment une satisfaction générale sans remarques particulières.
- **Équipement** : les équipements sont souvent jugés insuffisants, avec des manques fréquents de machines à laver, de wifi, ou de mobilier adéquat.
- **Prix** : ils sont souvent considérés comme élevés, surtout en été, bien que certains clients trouvent le rapport qualité-prix acceptable.
- **Confort** : le confort des hébergements est généralement satisfaisant, mais des critiques sont faites sur la literie inconfortable et le manque de modernité de certains logements.
- **Taille** : la taille des logements est souvent critiquée, avec des espaces jugés trop petits pour le nombre de personnes annoncées.
- **Vétuste** : de nombreux avis signalent un besoin de rénovation et de modernisation des logements.
- **Situation** : la situation des hébergements est souvent appréciée pour leur proximité avec les commodités et les activités, bien que certains soient jugés trop éloignés.

La durée de séjour

Quelle était la durée de votre séjour ?

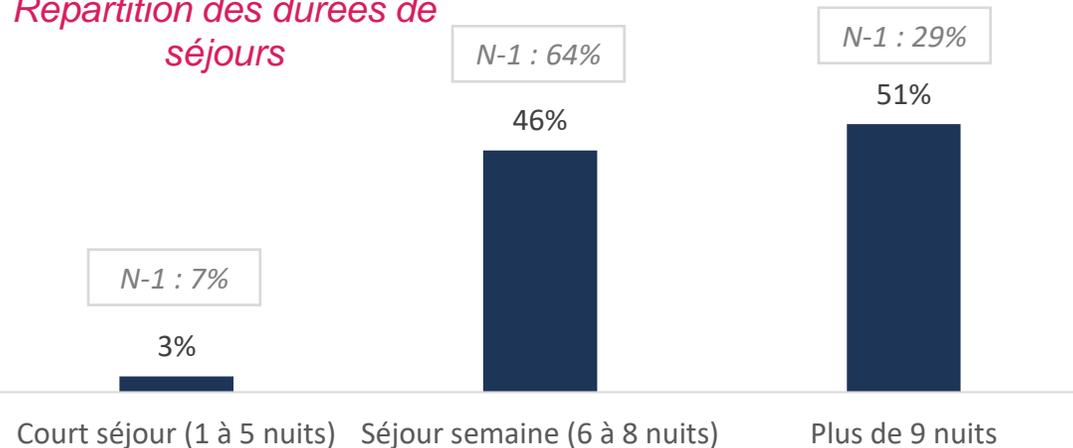
10,4 nuits
en moyenne

N-1 : 8,8
nuits

➔ **10,5 nuits**
pour un séjour *marchand*

➔ **9,8 nuits**
pour un séjour *non marchand*

Répartition des durées de séjours



Benchmark stations

Stations	% Court séjour	% Séjour semaine	Durée moyenne
Haute Maurienne Vanoise	3%	46%	10,4
Arêches-Beaufort	18%	45%	8,8
Les Saisies	11%	53%	8,9
La Clusaz	24%	42%	8,3
Valloire	15%	36%	9,6

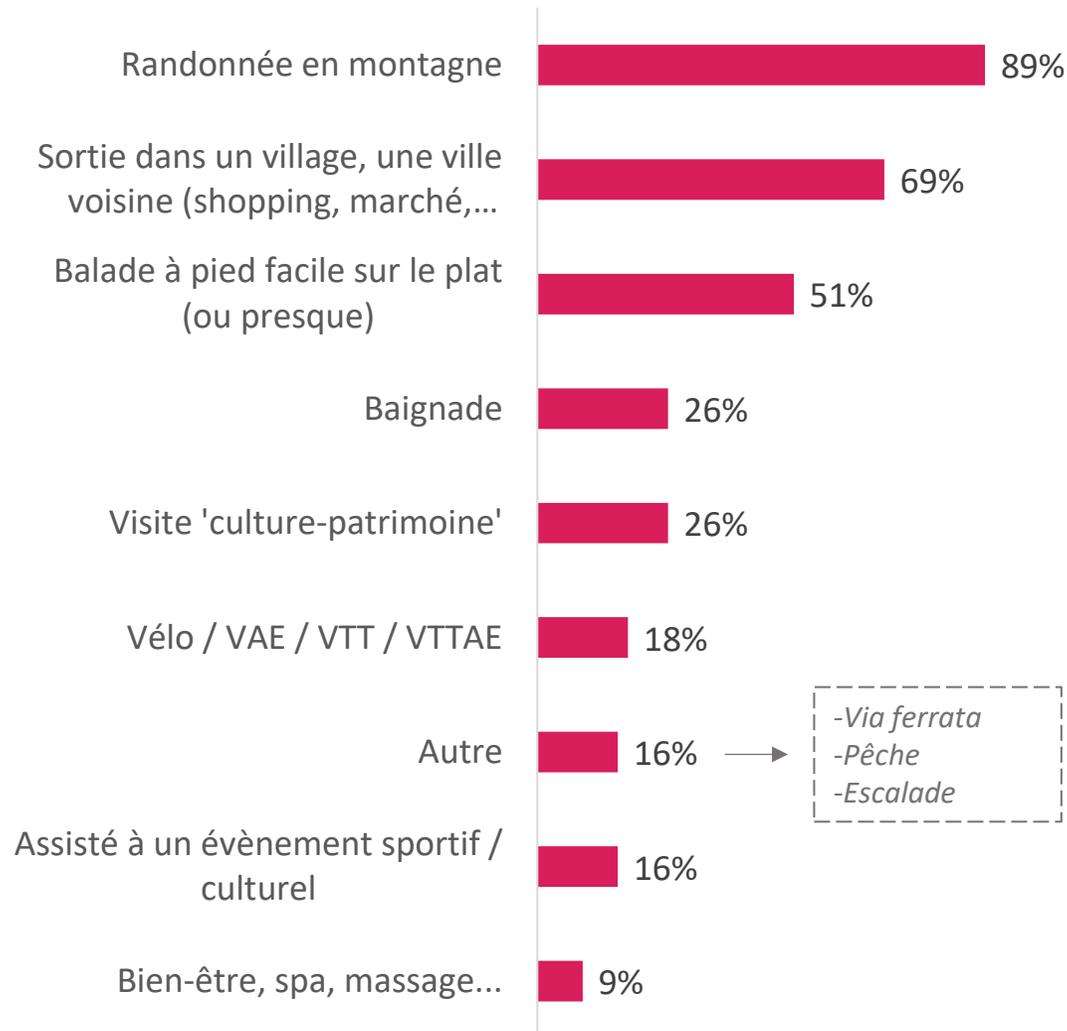


04

LES ACTIVITES PRATIQUEES

Activités pratiquées

Quelles activités avez-vous pratiqué ?

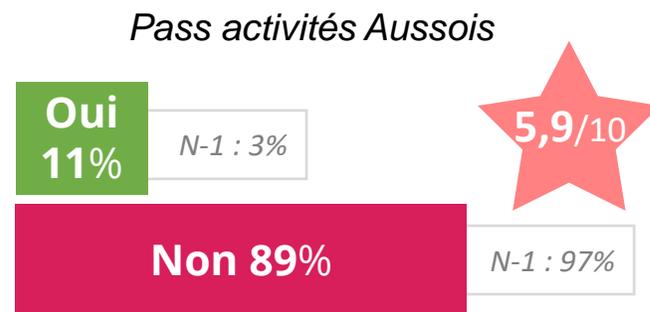
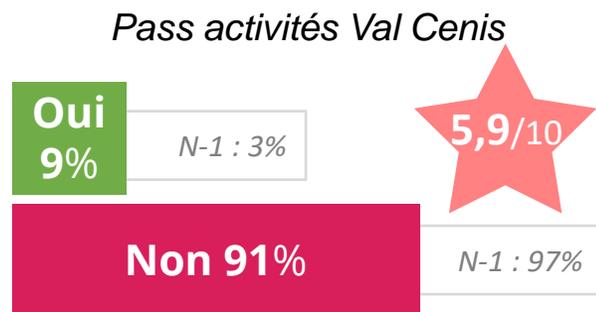
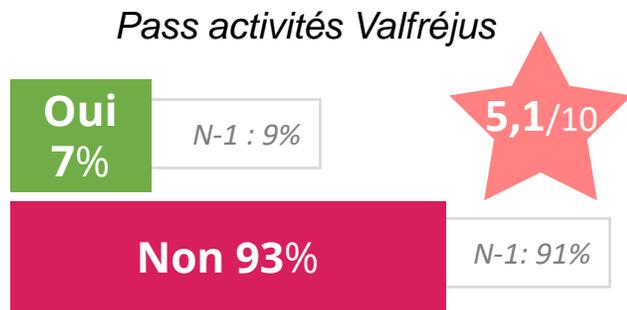


Souhaitez-vous la mise en place de nouvelles activités ou certaines activités devraient-elles être plus développées ?
Si oui, lesquelles ?

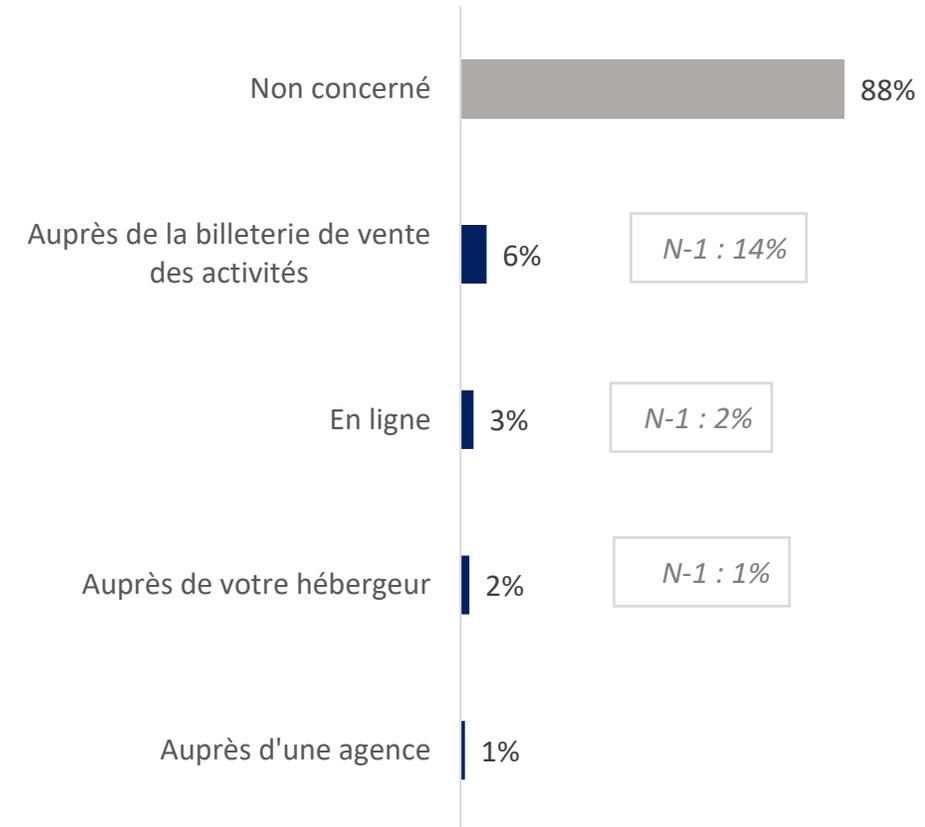
- **Activités à améliorer**
- Les clients aspirent à des horaires d'ouverture plus larges pour les remontées mécaniques, la piscine et la patinoire, ainsi qu'un meilleur balisage des sentiers de randonnée.
- Ils demandent également une meilleure cohabitation entre randonneurs et vététistes, et des animations gratuites pour les enfants avec des horaires plus adaptés.
- **Activités nouvelles**
- Certains répondants aimeraient disposer d'une offre de randonnées guidées à la demi-journée, des locations de vélos électriques à prix abordable, et des activités comme le beach-volley et le tir à l'arc.
- Ils suggèrent également des journées encadrées pour les enfants et des parcours de trail bien documentés.

Pass activités (25 répondants)

Avez-vous acheté une carte activités ?

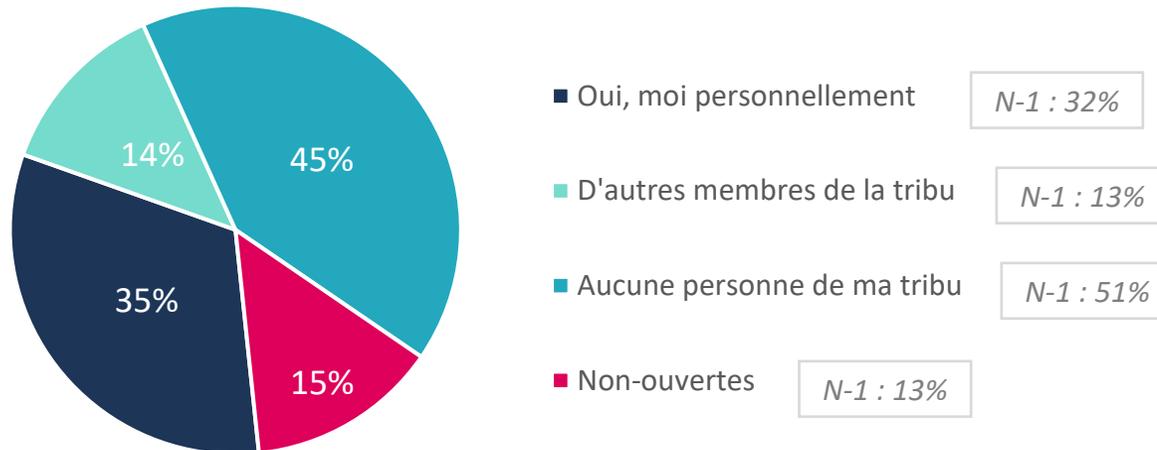


Comment avez-vous acheté votre carte activités ?

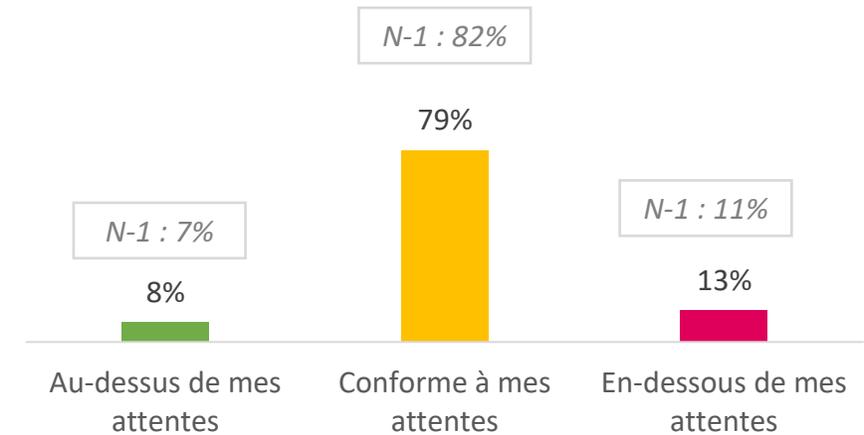


Les remontées mécaniques

Avez-vous emprunté une remontée mécanique lors de votre venue : télécabine, télésiège, .. ?



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



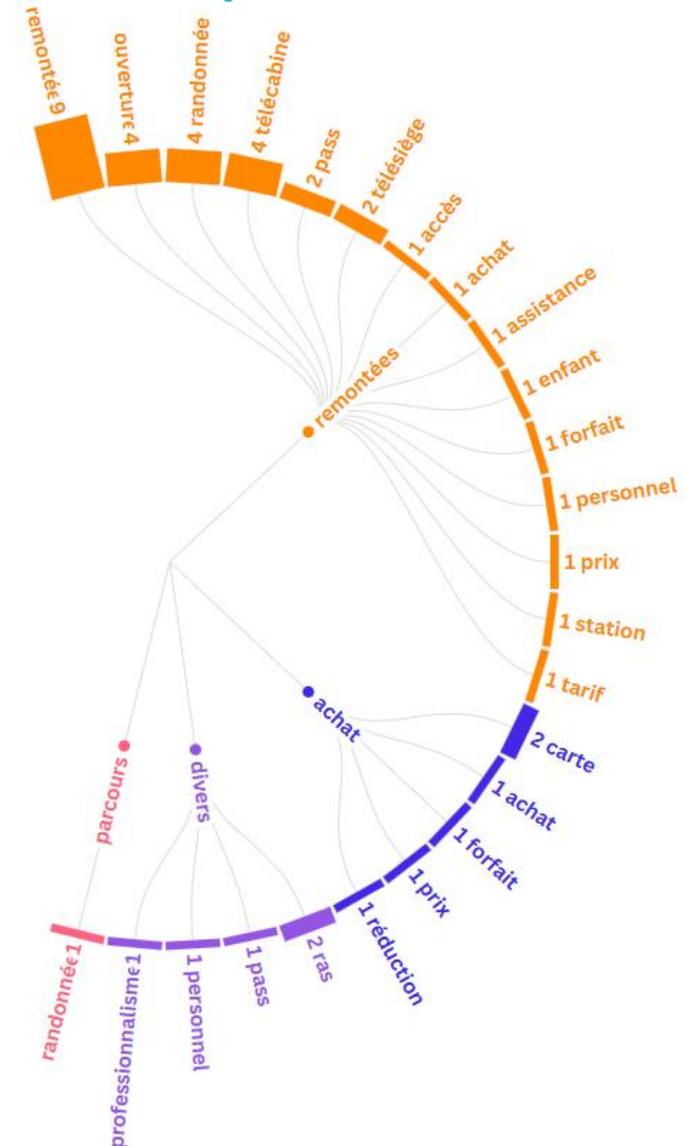
Les remontées mécaniques

Quelles sont vos suggestions / remarques / appréciations à propos du processus d'achat, des remontées mécaniques et des parcours / itinéraires ?

• Les thèmes cités

- **Remontées mécaniques** : les clients trouvent les tarifs des remontées mécaniques élevés et regrettent le manque de flexibilité des horaires d'ouverture. Ils apprécient cependant la qualité du service et la gentillesse du personnel.
- **Parcours et activités** : les itinéraires de randonnée sont généralement bien balisés, mais certains clients signalent des incohérences dans les indications. La diversité des activités est appréciée, bien que l'impact environnemental des remontées soit critiqué.
- **Processus d'achat des forfaits** : le processus d'achat des forfaits est jugé simple mais coûteux, avec des critiques sur le coût des cartes magnétiques et le manque de flexibilité des forfaits familiaux. Les clients souhaitent également une meilleure information sur les options disponibles.
- **Divers** : quelques avis mentionnent des problèmes spécifiques comme l'absence de consigne pour les cartes magnétiques et la nécessité d'améliorer la signalisation des arrêts de navettes.

• La présence des sujets dans les thèmes cités



Sorties inter-stations

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



Aussois

Oui, Val Cenis 48%
 Oui, Bonneval sur Arc 36%
 Oui, La Norma 23%
 Non, aucune 23%
 Oui, Valfréjus 20%
 Oui, Bessans 17%



Bessans

Oui, Bonneval sur Arc 71%
 Oui, Val Cenis 58%
 Oui, Aussois 25%
 Non, aucune 23%
 Oui, Valfréjus 6%



Bonneval sur Arc

Non, aucune 59%
 Oui, Val Cenis 41%



La Norma

Oui, Aussois 59%
 Oui, Bonneval sur Arc 59%
 Non, aucune 41%
 Oui, Val Cenis 28%
 Oui, Valfréjus 28%



Val Cenis

Oui, Bonneval sur Arc 72%
 Oui, Bessans 51%
 Oui, Aussois 40%
 Non, aucune 21%
 Oui, La Norma 14%
 Oui, Valfréjus 3%



Valfréjus

Non, aucune 65%
 Oui, Aussois 35%
 Oui, Val Cenis 35%
 Oui, La Norma 35%

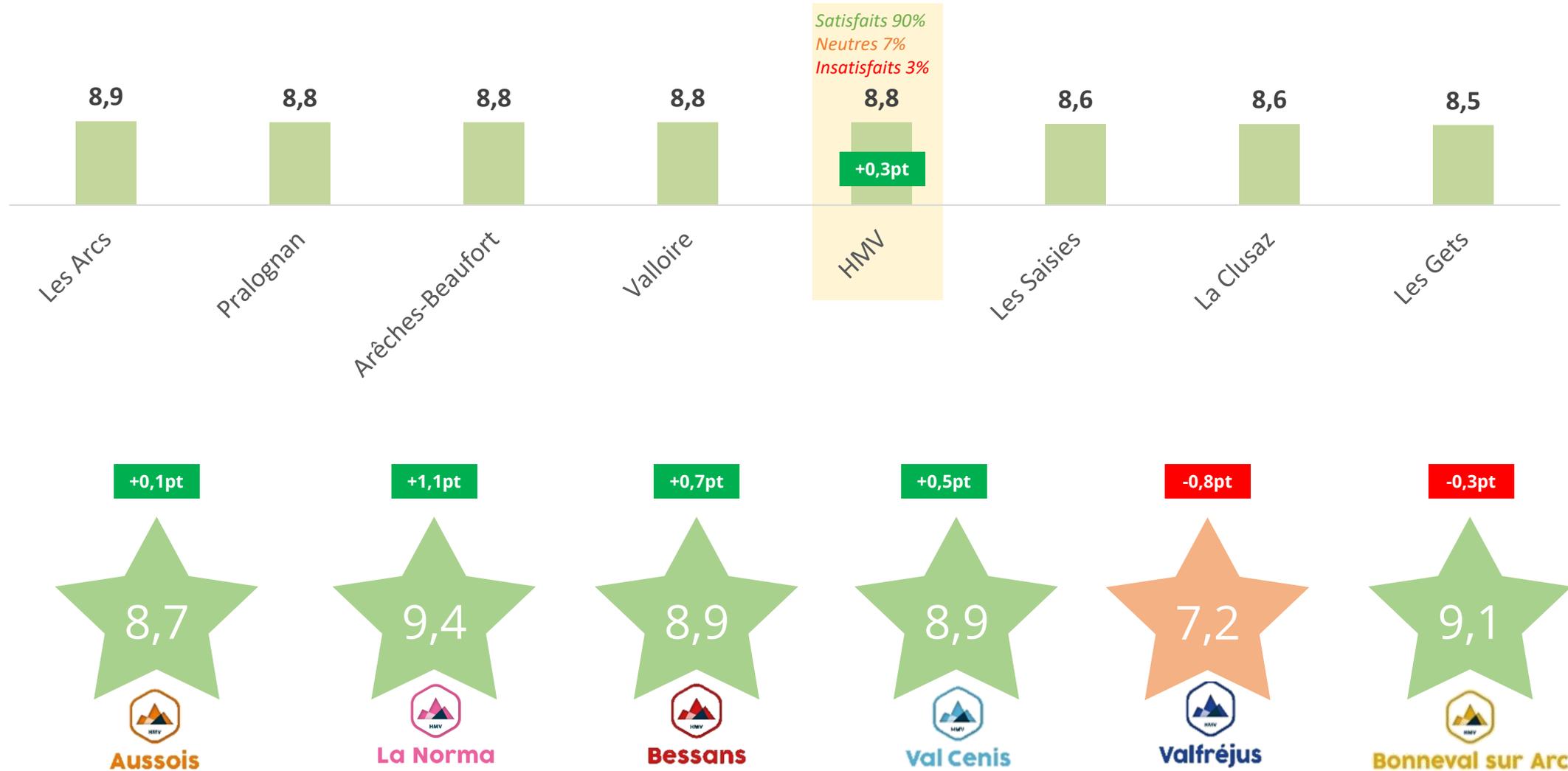


05

LA SATISFACTION CLIENTS

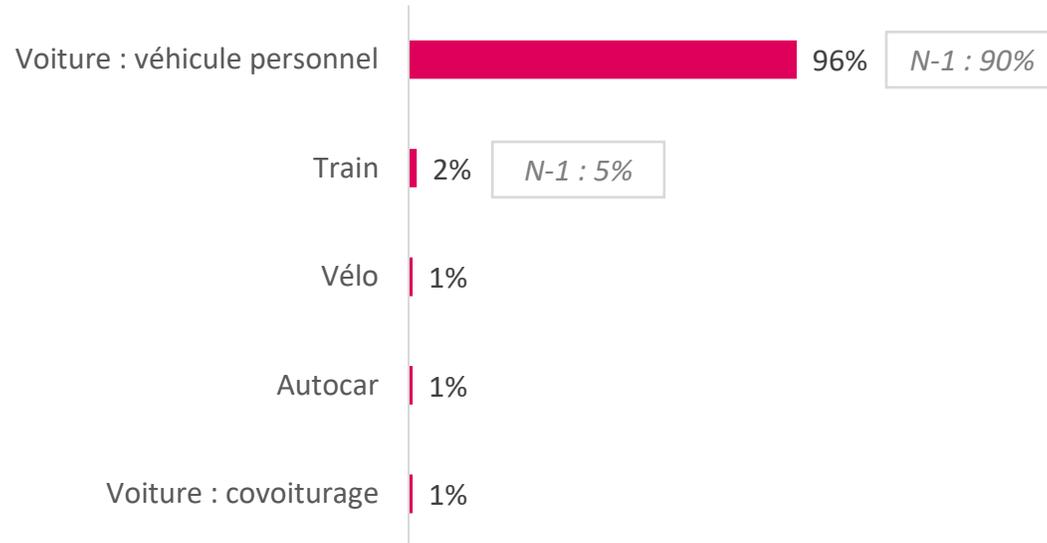
La satisfaction globale séjour

Quelle est votre appréciation générale sur de ce séjour ?

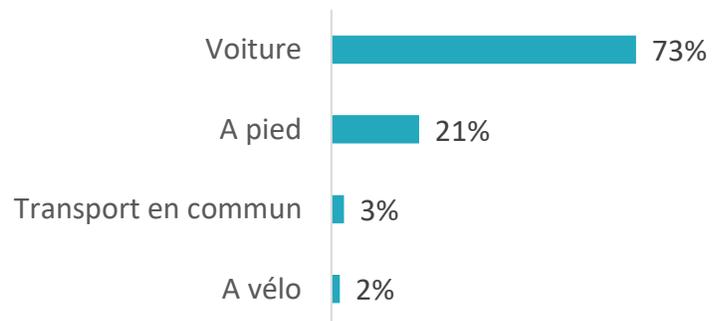


Satisfaction le transport

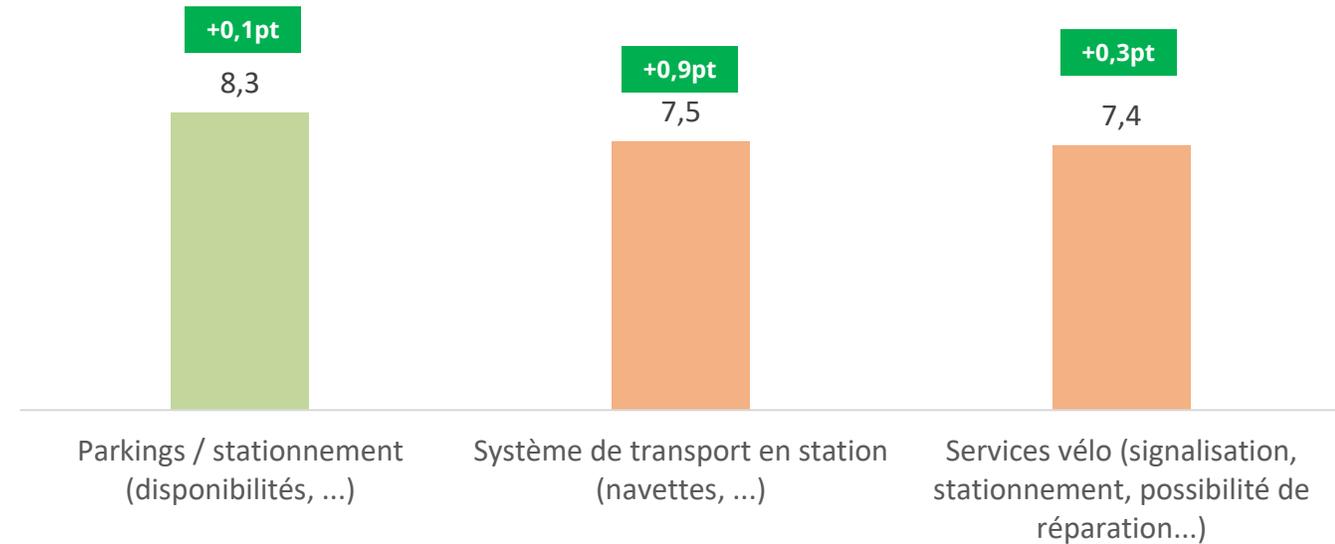
Quel(s) étai(en)t votre (vos) moyen(s) de transport pour venir en séjour dans notre village ?



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



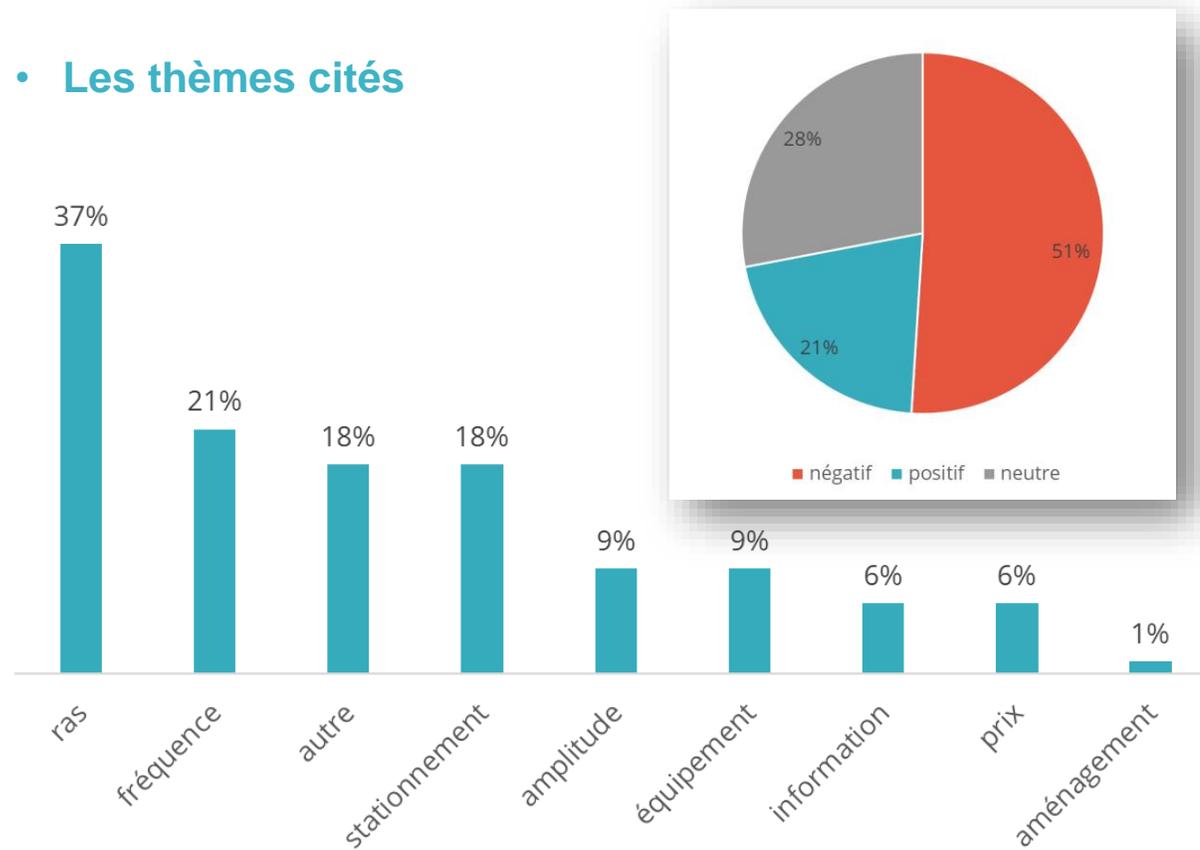
Quelle est votre appréciation sur la qualité des services suivants :



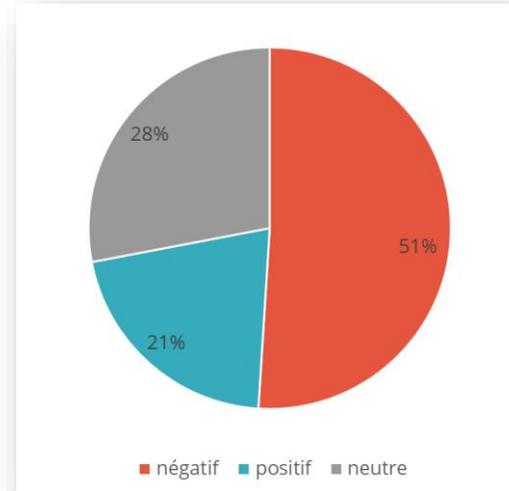
Satisfaction le transport

Quelles sont vos remarques ou suggestions à propos des services de transport du village (accessibilité, parking, navettes, vélos...)?

• Les thèmes cités



Nota : le « RAS » est généralement positif et a donc du sens, son poids à 30% signifie une approbation ou une position neutre.

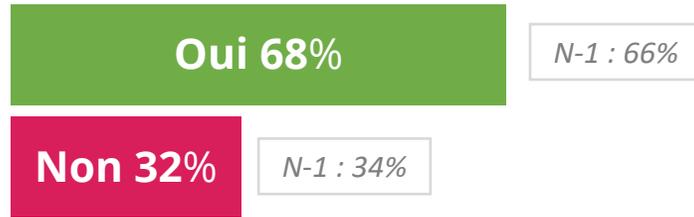


• Synthèse des thèmes essentiels

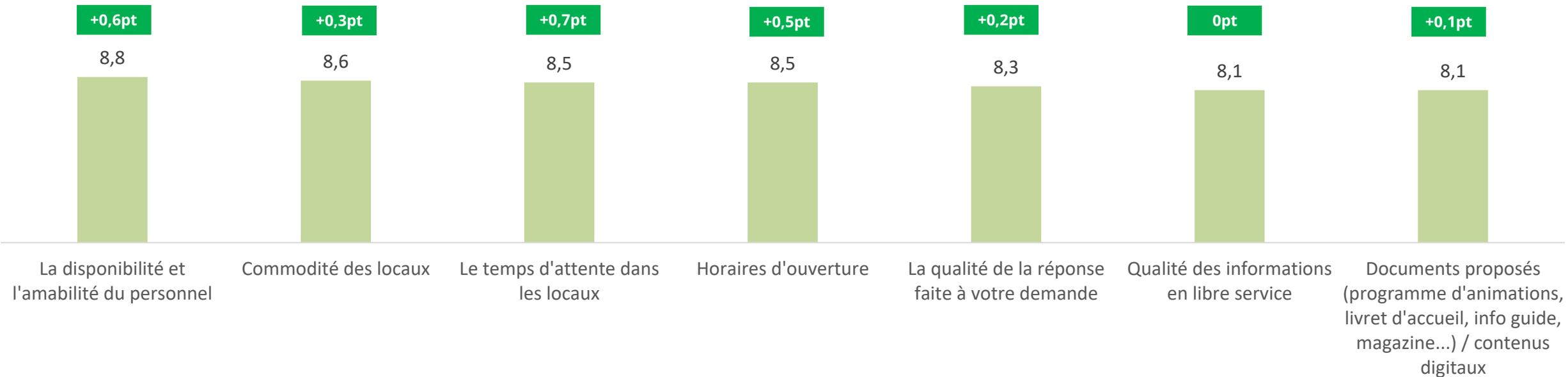
- **RAS** : la plupart des clients expriment une satisfaction générale sans remarques particulières.
- **Fréquence** : une augmentation de la fréquence des navettes est souvent demandée, surtout aux heures les plus chargées.
- **Stationnement** : le manque de places de stationnement est un problème récurrent, avec des difficultés particulières pour les camping-cars et les personnes handicapées.
- **Amplitude** : les clients souhaitent une extension des horaires de service des navettes, notamment tôt le matin et tard le soir, ainsi que pendant les mois de juin et septembre.
- **Équipement** : les avis indiquent un besoin de matériel supplémentaire comme une remorque pour vélos sur les navettes.
- **Information** : les clients souhaitent une meilleure signalisation et communication des horaires et itinéraires des navettes.
- **Prix** : les avis sur les coûts sont variés, certains trouvant les prix acceptables, d'autres les jugeant trop élevés.

Satisfaction Office de Tourisme

Pendant votre séjour, vous êtes-vous personnellement rendu à l'Office de Tourisme ?

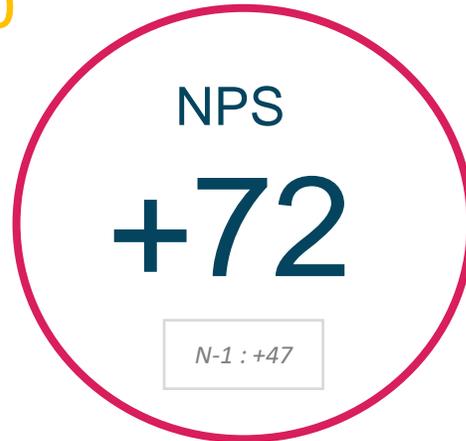


Quelle est votre appréciation sur les points suivants ?

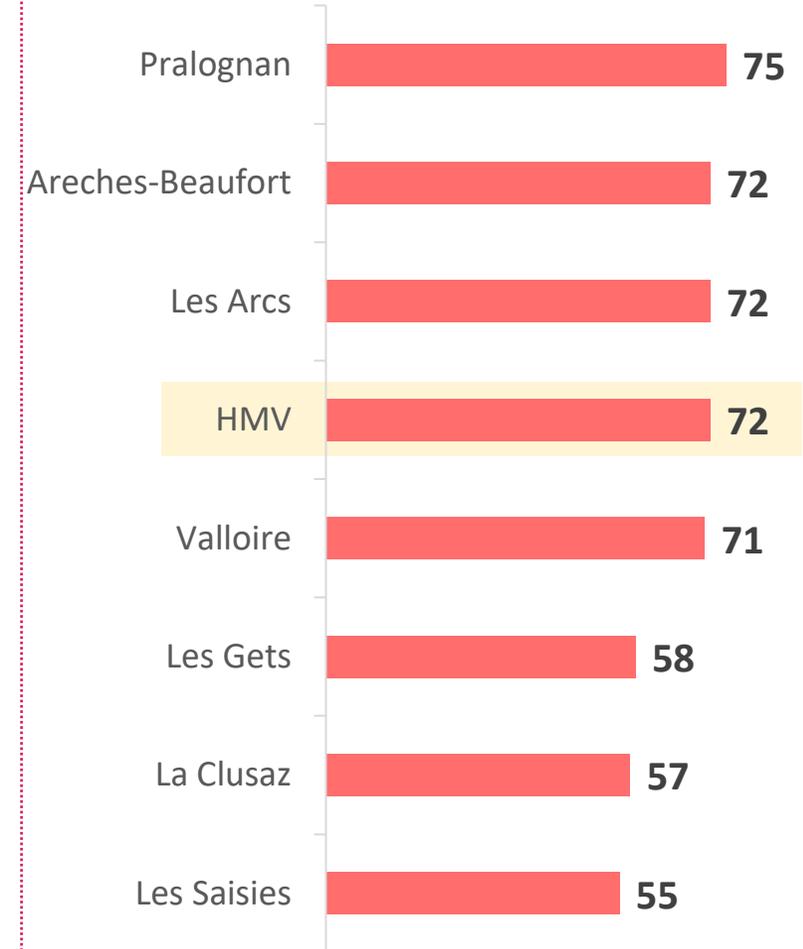


Indice de recommandation (NET PROMOTEUR SCORE)

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



Benchmark stations



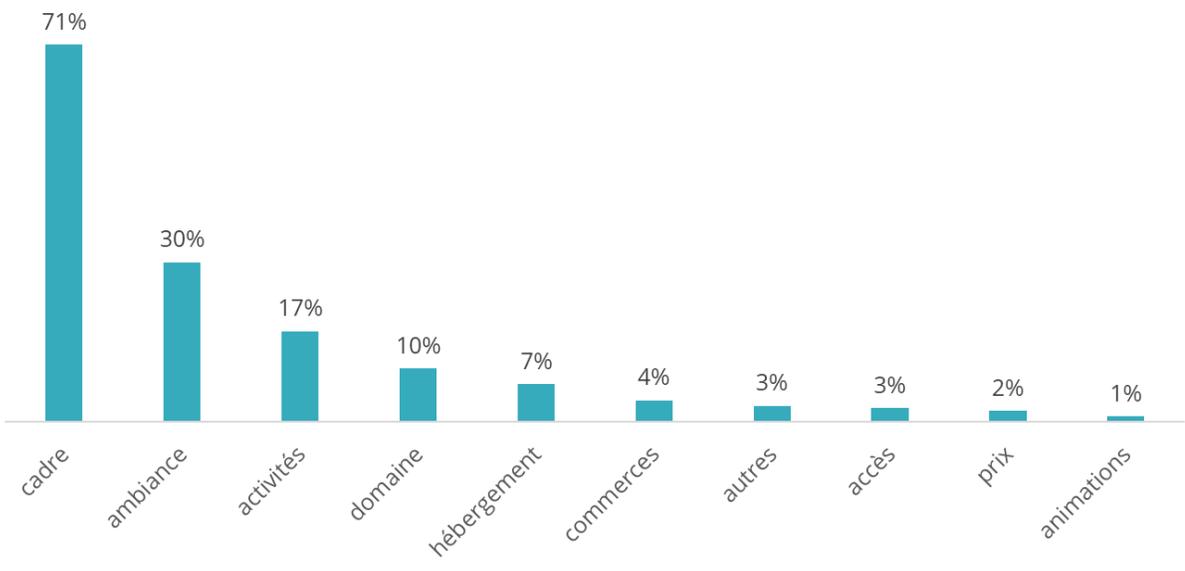
→ En savoir plus sur le NPS ?

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.

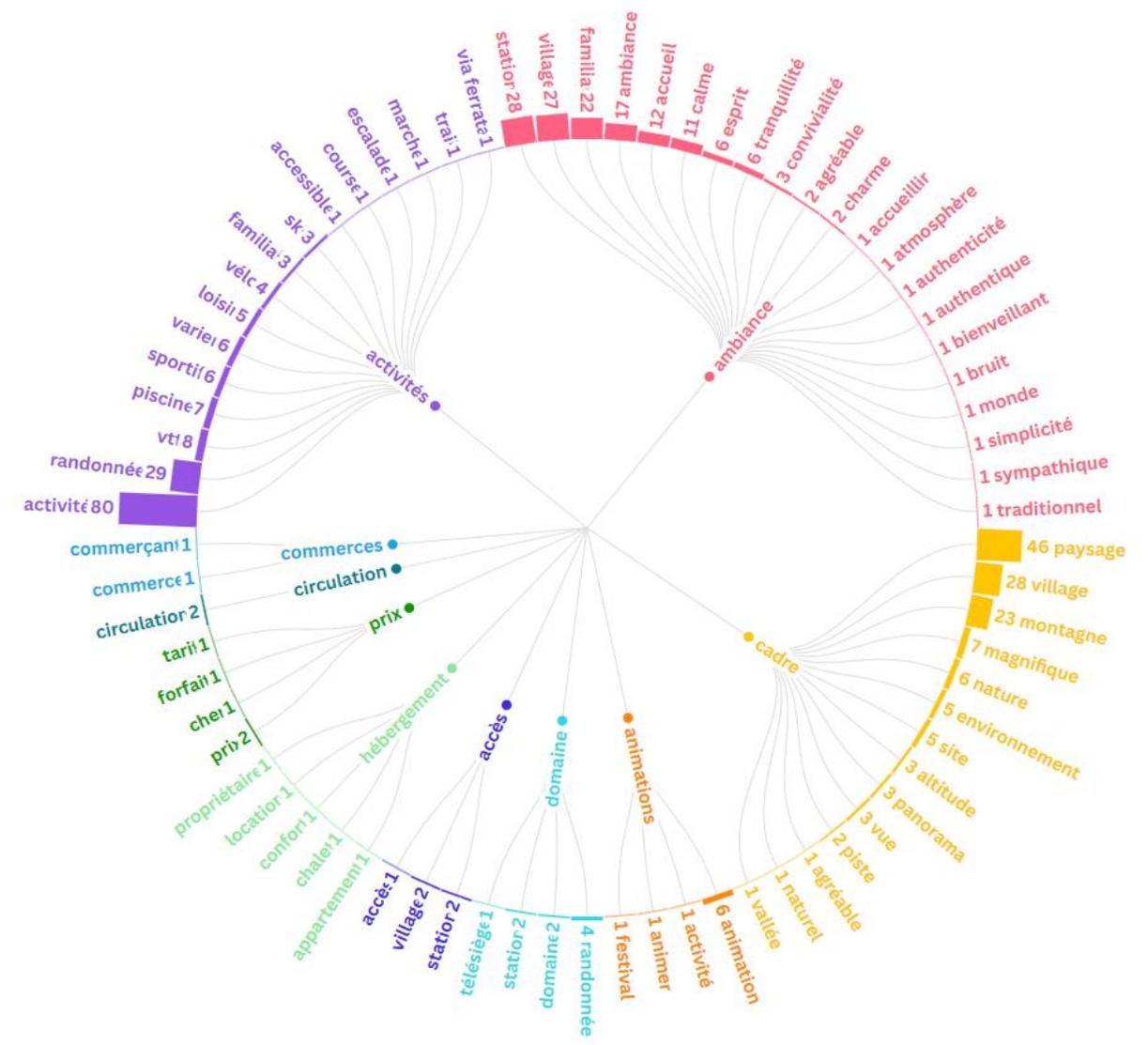
Les facteurs de fidélisation (1/2)

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

- Les thèmes cités



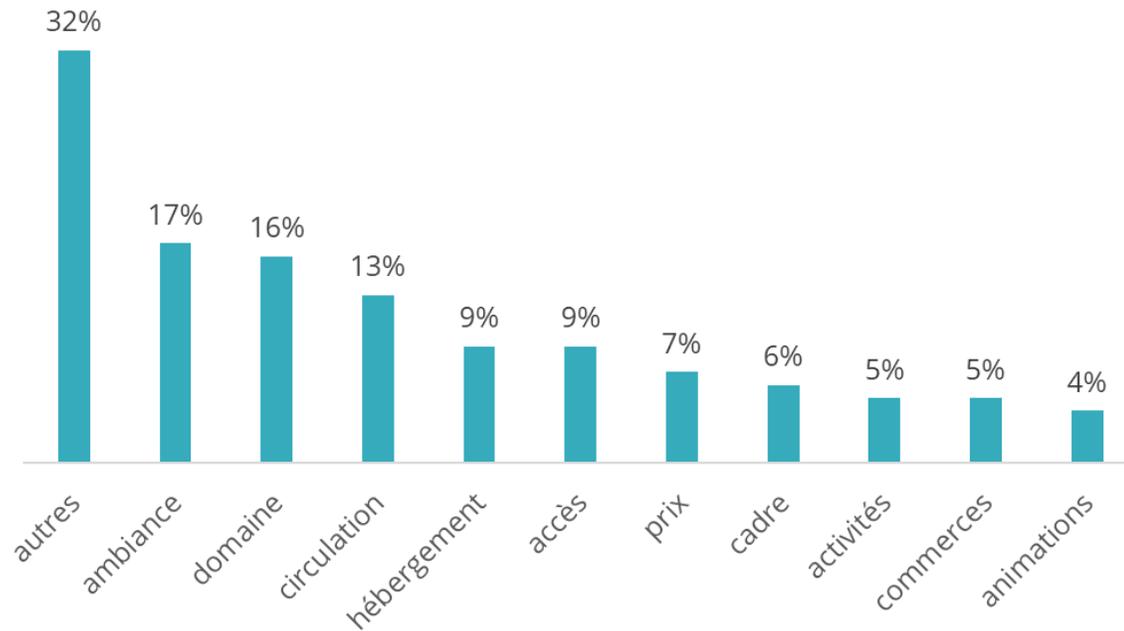
- La présence des sujets dans les thèmes cités



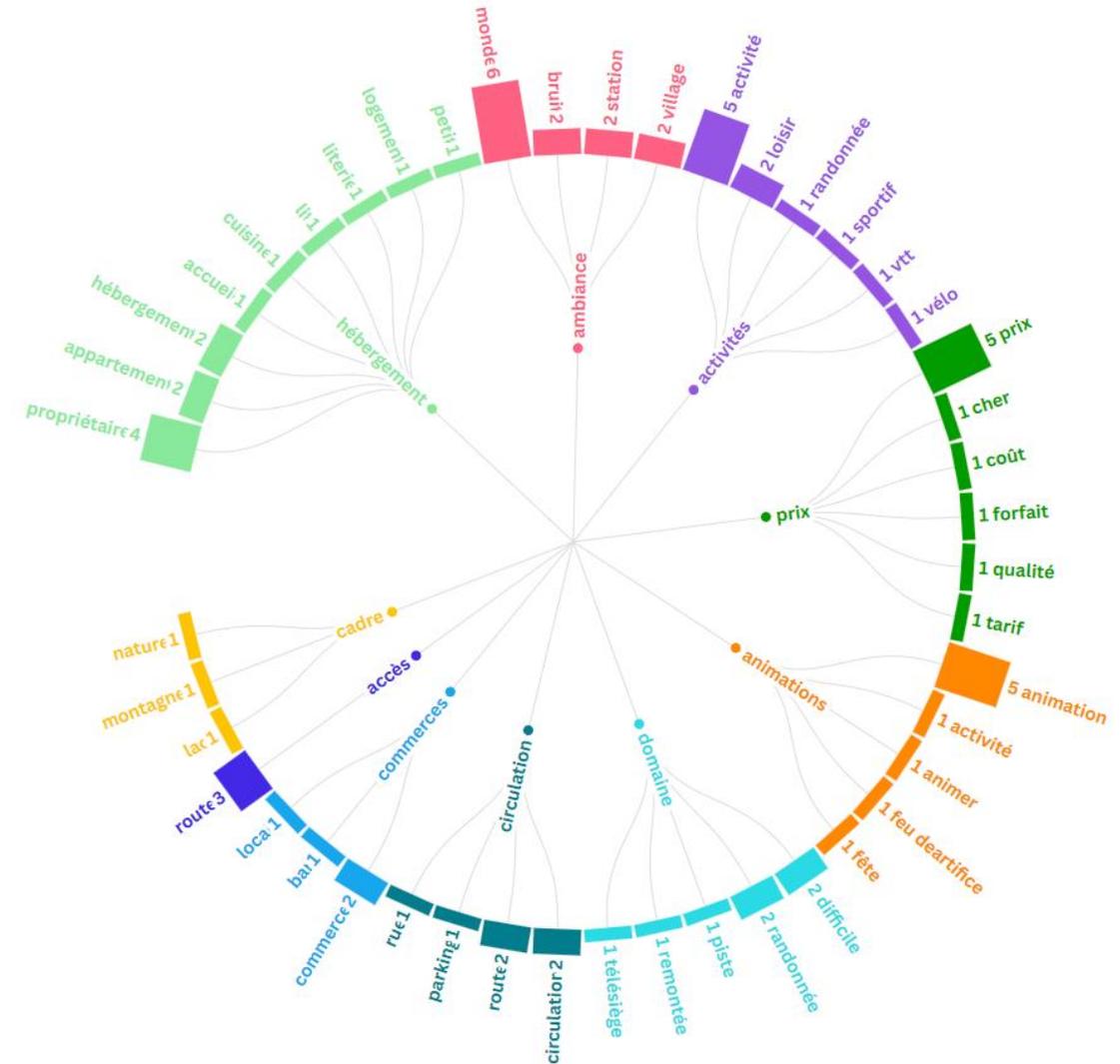
Les facteurs d'attrition (1/2)

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

- Les thèmes cités



- La présence des sujets dans les thèmes cités



Les facteurs d'attrition (2/2)

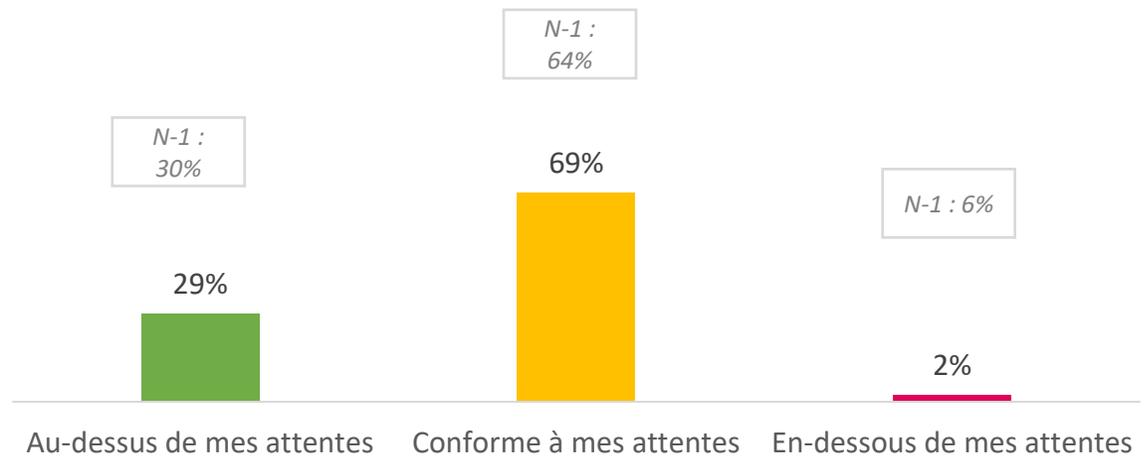
• Synthèse des thèmes essentiels

- **Ambiance** : certains commerçants sont perçus comme peu accueillants, et il y a une inquiétude concernant la sur-fréquentation et la construction excessive qui pourrait nuire à l'ambiance familiale du village.
- **Domaine** : les remontées mécaniques ne sont pas ouvertes tous les jours, ce qui limite l'accès aux randonnées ; un manque de balisage sur certains sentiers est également signalé.
- **Circulation** : la circulation automobile est jugée trop dense. Un constat qui se traduit dans les avis par un appel au renforcement du réseau de navettes.
- **Hébergement** : les hébergements sont jugés chers et parfois de qualité insuffisante, avec des problèmes de literie et de confort.
- **Accès** : les clients trouvent le trajet long et fatigant, surtout pour les personnes âgées. Les répondants signalent des difficultés d'accès en train et une circulation dense dans le village.
- **Prix** : les prix des logements, des remontées mécaniques et des activités sont jugés trop élevés, ce qui peut dissuader certaines familles de revenir.
- **Cadre** : le cadre naturel est apprécié, mais la sur-fréquentation de certains lieux de randonnée et le développement immobilier sont des points de préoccupation.
- **Autres** : les clients mentionnent des problèmes spécifiques comme le manque de bornes de recharge pour véhicules électriques et des infrastructures vieillissantes.



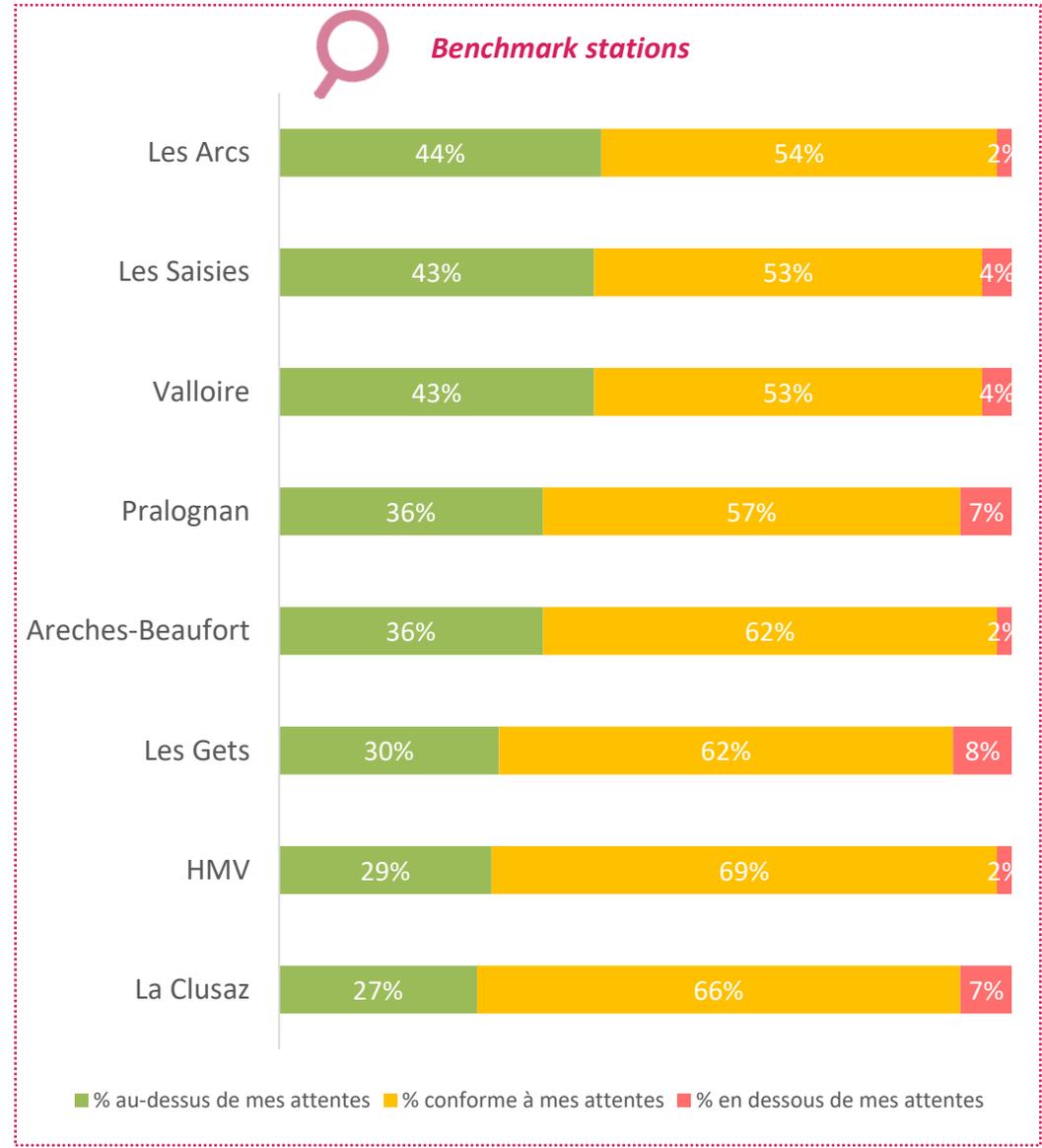
Et finalement ?

Au global, votre séjour dans la station a-t-il été au-dessus, conforme ou en-dessous de vos attentes ?



Les raisons ?

Les raisons ?

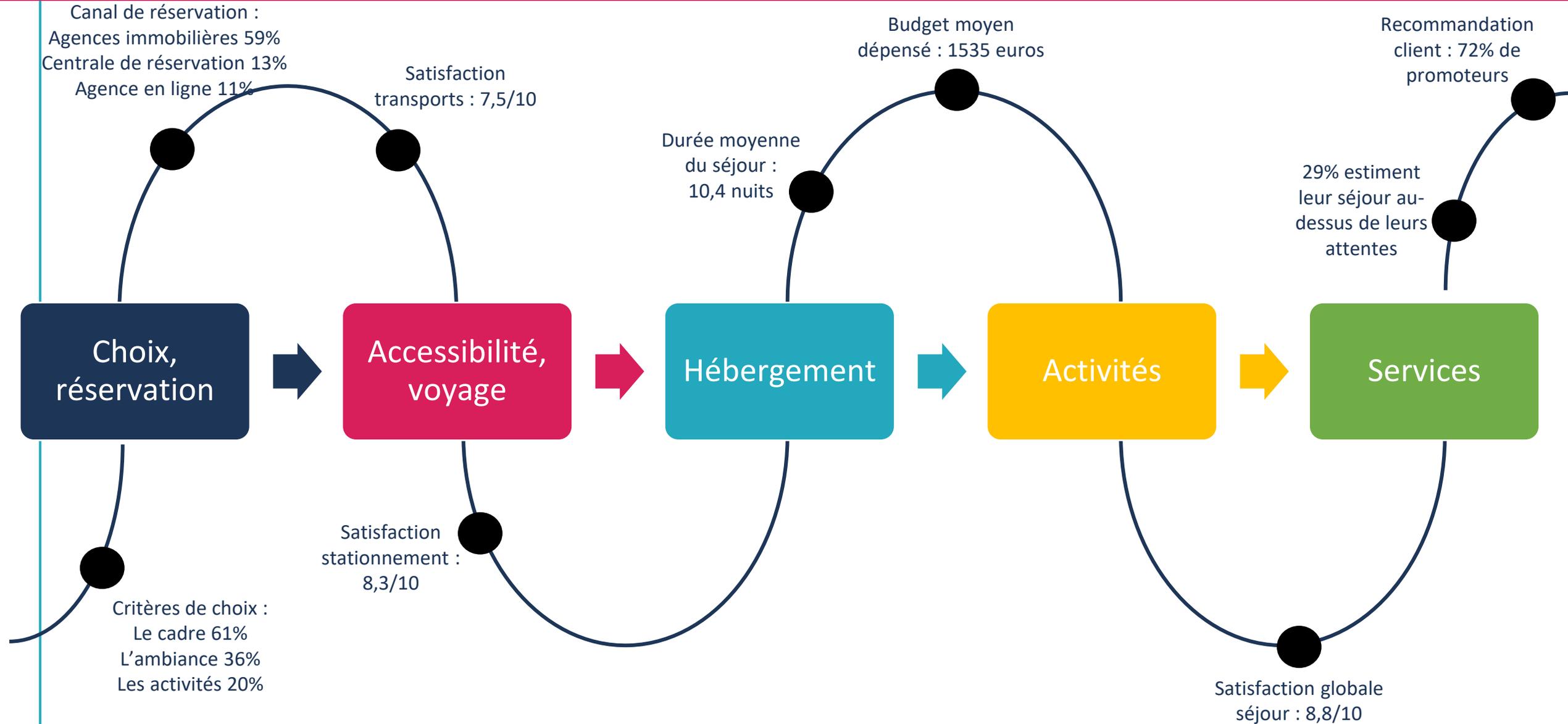


06

SYNTHESE ET PRECONISATIONS



Synthèse – Le parcours client



Synthèse, préconisations

Le bilan de l'enquête estivale en Haute Maurienne Vanoise met en lumière une saison prometteuse, jalonnée de nombreux points forts et d'opportunités d'amélioration. La proportion de nouveaux clients est particulièrement encourageante, indiquant que les initiatives de promotion et de marketing ont su porter leurs fruits. Cette dynamique positive témoigne de la capacité de la station à attirer une clientèle diversifiée, renforçant ainsi son attrait. En outre, il serait judicieux d'explorer davantage ces pistes d'amélioration pour capitaliser sur cette tendance et maximiser l'expérience des visiteurs.

Les principaux critères de choix, tels que le cadre naturel, l'ambiance conviviale du village et la variété des activités proposées, demeurent au cœur de l'attractivité de la destination Haute Maurienne Vanoise. Ces éléments forment véritablement l'ADN de la station et jouent un rôle crucial dans le choix des visiteurs. Pour assurer le maintien de cette attractivité, il est impératif de continuer à investir dans la préservation et l'amélioration de ces caractéristiques essentielles. En renforçant ces atouts, nous pourrions non seulement fidéliser notre clientèle actuelle, mais également attirer de nouveaux visiteurs en quête d'une expérience authentique et riche en découvertes.

La qualité des hébergements représente un facteur crucial pour garantir la satisfaction des clients. Il est primordial de maintenir des normes élevées en surveillant attentivement les retours d'expérience des visiteurs et en s'assurant que les hébergements répondent constamment à leurs attentes. Toutefois, certaines améliorations s'avèrent nécessaires concernant les équipements afin de préserver un niveau de satisfaction optimal. Par exemple, le manque fréquent de machines à laver, d'accès au Wi-Fi et de mobilier approprié.

La randonnée en montagne constitue l'activité phare en Haute Maurienne Vanoise, attirant de nombreux amateurs de nature et d'aventure. Cependant, les visiteurs expriment le besoin d'un balisage plus efficace et clair des sentiers de randonnée. En améliorant la signalisation, nous pourrions non seulement garantir la sécurité des randonneurs, mais également enrichir leur expérience en facilitant l'accès à des itinéraires variés. Un balisage optimisé permettrait également de valoriser les paysages spectaculaires de la région, incitant ainsi encore plus de passionnés à explorer ces magnifiques sentiers.

Les Pass activités en Haute Maurienne Vanoise sont encore sous-utilisés, ce qui représente une opportunité d'optimiser leur adoption. Pour y parvenir, il serait bénéfique d'envisager des améliorations significatives. Une approche plus proactive pourrait être mise en place, notamment en renforçant la collaboration avec les partenaires locaux, tels que les hébergeurs, afin d'exploiter pleinement leur réseau de distribution. En outre, en enrichissant le contenu du Pass avec une plus grande diversité d'activités, il deviendrait beaucoup plus attrayant pour les visiteurs. Cela permettrait non seulement de stimuler l'intérêt et l'adhésion, mais aussi d'encourager une utilisation accrue des services et des attractions offertes dans la région. Dans l'idéal, la création d'un Pass activité unique pour toute la destination serait pertinente.

La satisfaction client globale est très positive, tout comme le Net Promoter Score de +72, qui témoigne d'une solide recommandation. Les observations selon lesquelles 29% des clients ont estimé que leur séjour a dépassé leurs attentes montrent un potentiel pour créer des expériences encore plus mémorables.

Merci !



**Haute
Maurienne
Vanoise**

**VALFRÉJUS | LA NORMA | AUSSOIS
VAL CENIS | BESSANS | BONNEVAL SUR ARC**



~ Votre contact G2A ~

Julie BALMET

+33 6 61 90 90 35

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://g2a-consulting-a.sphinxonline.net/g2a/E24_TC_VF/questionnaire_Haute_Maurienne_Vanoise.htm

- ❖ **Lien pour la consultation de la significativité des résultats (WORD) :**

https://vip.sphinxonline.net/g2a/E24_TC_VF/significativite_Haute_Maurienne_Vanoise.htm

- ❖ **La traduction du questionnaire de l'enquête est sous-traitée, validée et contrôlée par notre prestataire extérieur :**

- ❖ ***D. Reisman pour l'anglais***

- ❖ **Modèle de pondération appliqué :**

- ❖ **Redressement : par période et sexe (représentativité de l'échantillon collecté)**
- ❖ **Données de référence : Observatoire de l'Activité Touristique G2A.**