

L'expérience des clients en Haute-Maurienne Vanoise cet hiver 2020/2021

~ *Observatoire des profils, comportements et
satisfaction clients* ~



Mai 2021



**Haute
Maurienne
Vanoise**

Au programme

- **Contexte, objectifs & méthodologie d'enquête**
- **Composition de l'échantillon**
- **Résultats de l'enquête :**
 1. *LES PROFILS DES CLIENTS*
 2. *LE PROCESSUS DE CHOIX ET DE RESERVATION DU SEJOUR*
 3. *LES ACTIVITES PRATIQUEES*
 4. *LES TRANSPORTS*
 5. *LA SATISFACTION*
- **Synthèse et préconisations**

Contexte & objectifs

Une crise sanitaire qui se poursuit avec des impacts considérables pour l'ensemble de la montagne française.

Cet hiver, marqué par la fermeture administrative généralisée des remontées mécaniques, restaurants (à emporter uniquement), bars & équipements publics pour les vacances de Noël d'abord, puis les vacances de février et, en définitive, l'arrêt de l'activité totale des stations début avril, a bouleversé l'ensemble de la montagne française, qu'il s'agisse des professionnels du secteur ou des collectivités territoriales. L'impact économique sur les territoires de montagne est particulièrement fort avec -70% de perte de retombées économiques par rapport à une saison « normale » (Référence H19).

L'activité touristique sur les stations de montagne est donc inédite.

L'objectif de cette enquête est de comprendre comment les clients des stations de la Haute Maurienne Vanoise ont vécu cette expérience d'une station de montagne avec un produit fortement impacté, de caractériser leurs profils, de déterminer leurs comportements, d'évaluer leur satisfaction et d'identifier les nouveaux besoins ainsi que les changements de perception sur le « produit » station de montagne...

Caractériser les profils clients

Déterminer les comportements et motivations clients

Evaluer la satisfaction clients

Identifier les attentes et les besoins de la clientèle

Méthodologie

- L'enquête est exclusivement **en ligne**, diffusée auprès des **clients venus en Haute Maurienne Vanoise cet hiver 2020/2021**, via une activation de plusieurs bases de données :

- **Newsletter Emailing**
- **Agence Montagne Immobilier**
- **Centrale réservation Aussois**
- **Centrale réservation Valfréjus / La Norma**

263
réponses

⚠ *Au regard du faible nombre de réponses par site, nous n'avons pas pu faire de distinction dans ce rapport pour chacune des stations de la Haute Maurienne Vanoise.*

- **Période d'enquête : 15/12/2020 au 20/04/2021**

- **Qualité des réponses : très satisfaisante**

Taux de suppression < 0,5% (vs 4% en général) ; Durée de saisie > 10min ; taux de remplissage des questions bien documentées : 91% (vs 75% en général)

- **Redressement des données**

Des clés de redressement spécifiques (sexe, canaux de réservation, station de séjour), issues de l'observatoire de l'activité touristique, ont été choisies afin d'assurer la représentativité de l'échantillon.

- **Comparatif avec l'échantillon 2019/2020**

H20

**Composition de
l'échantillon :**
Secteur non
marchand

A l'image de la fréquentation de cet hiver en Haute Maurienne Vanoise, cette saison en stations de montagne, les propriétaires de résidences secondaires répondants à l'enquête ont été nombreux. Le secteur non marchand, que regroupe les propriétaires de résidences secondaires ainsi que les prêts de logement à la famille / amis, représentent ainsi 32% des répondants de l'échantillon. Cette catégorie de répondants est donc légèrement plus représentée par rapport à une saison classique (22% en H20).

Toutefois, nous observons peu de différences significatives sur les réponses propriétaires et amis/famille et le reste des répondants c'est pourquoi nous ne ferons pas d'analyses spécifiques sur le secteur non-marchand.

32%
**de réservations
non marchandes**

(propriétaires + familles / amis)

H20
22%



1.

LES PROFILS DES CLIENTS



Haute
Maurienne
Vanoise

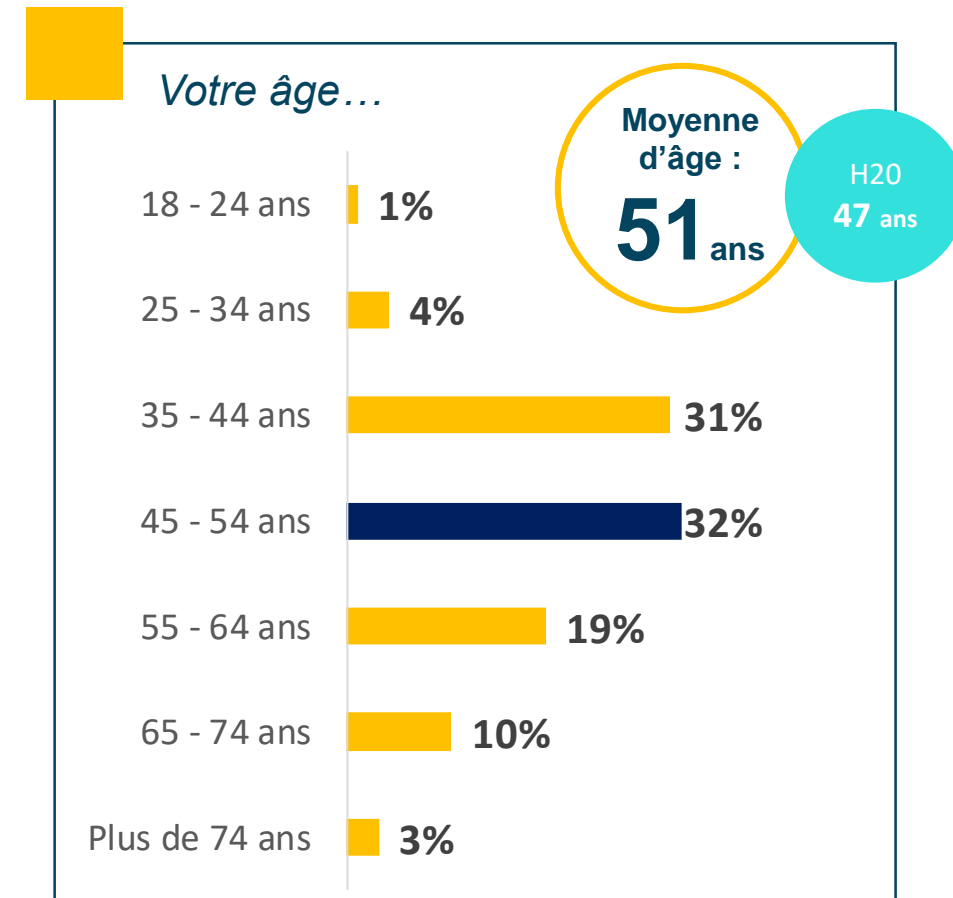
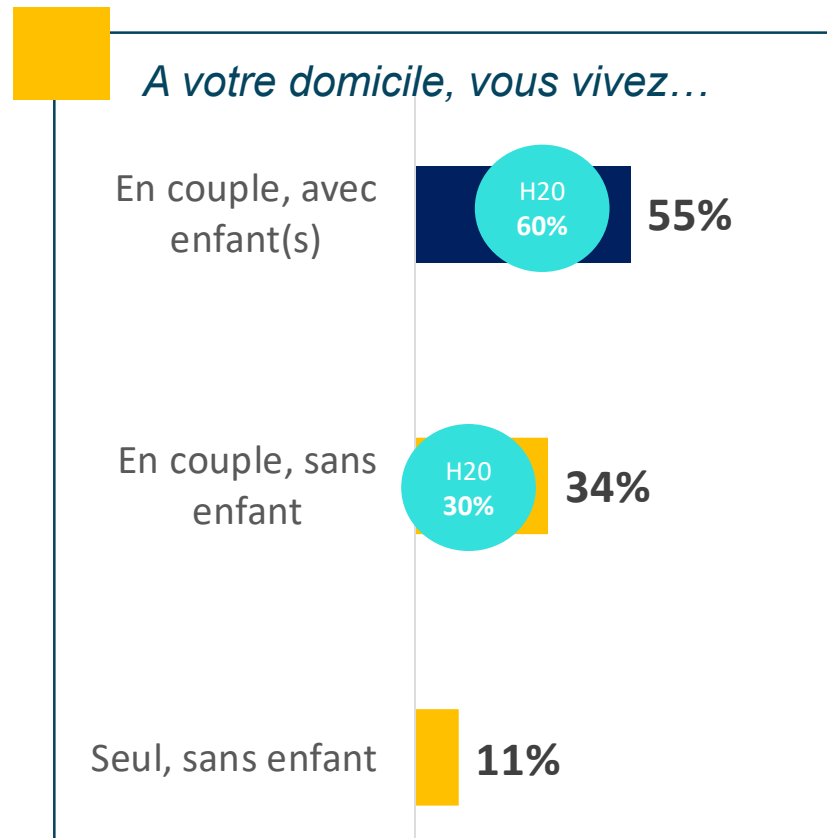
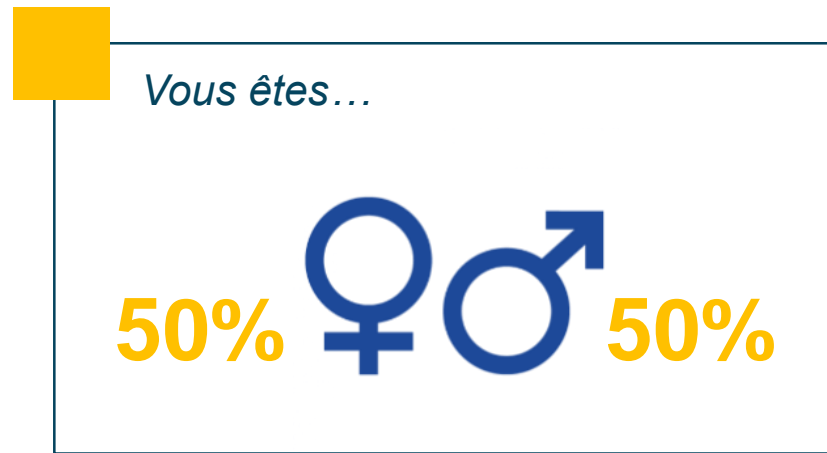


Profils des clients

La moyenne d'âge de la clientèle des stations de la Haute Maurienne Vanoise avoisine les 51 ans, en hausse par rapport à l'hiver passé.

Nous retrouvons le caractère très familial de ces stations, avec 55% de couples avec enfants. La part des couples sans enfant est légèrement plus importante cette année et atteint 34%.

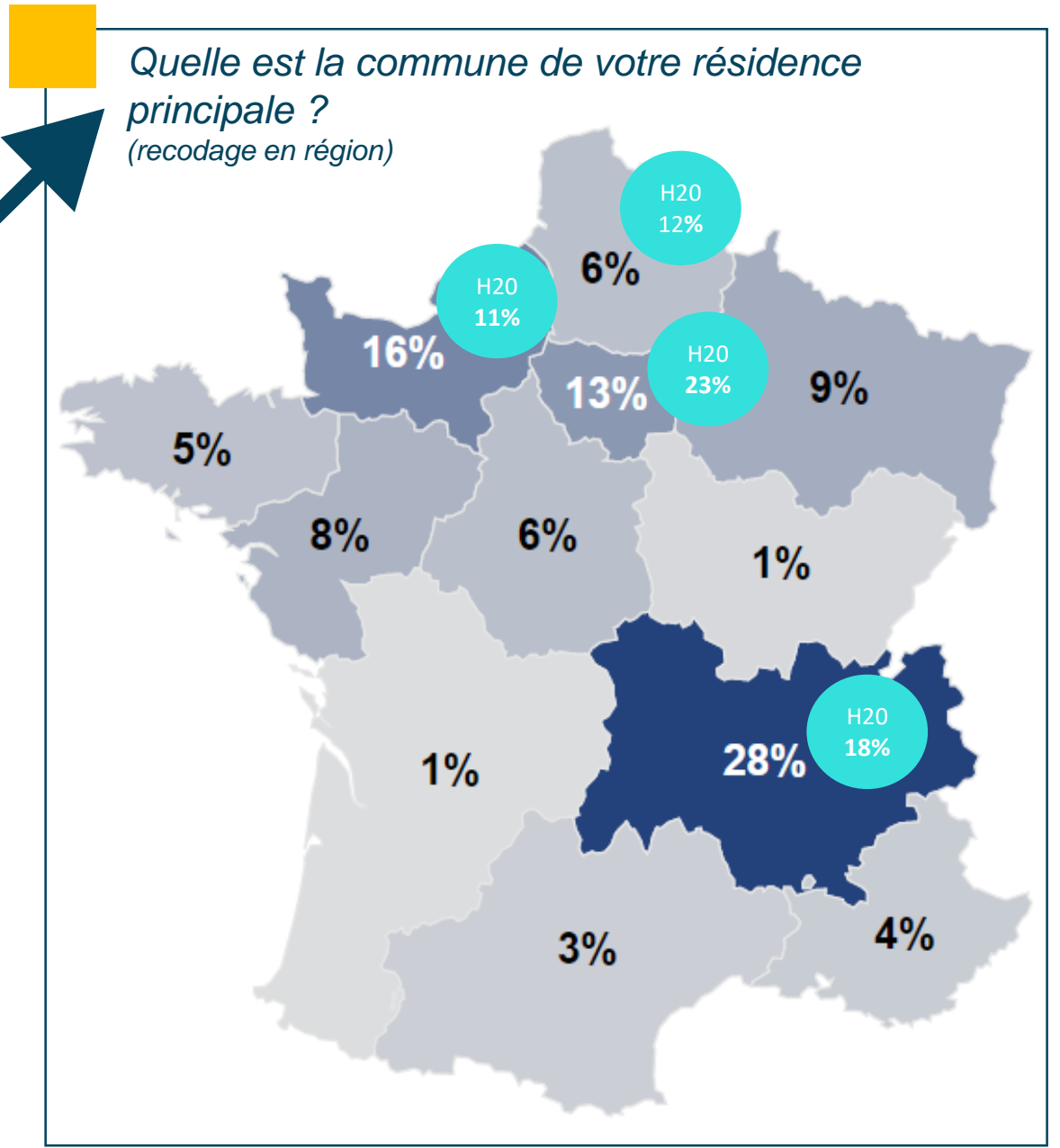
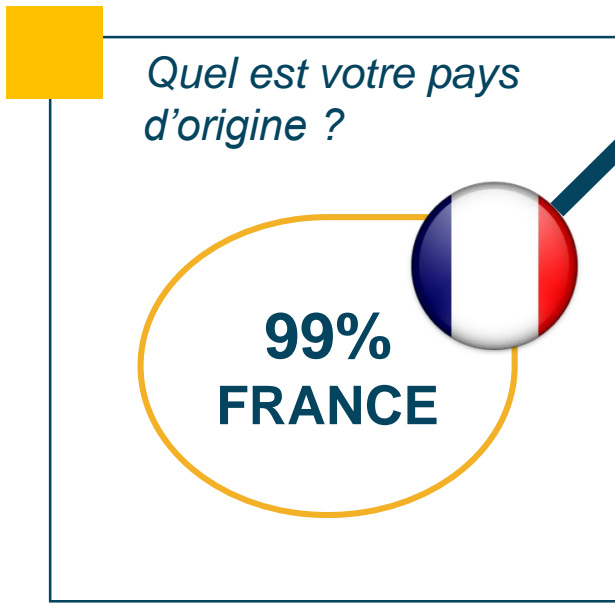
Le revenu mensuel de la clientèle est quasi stable par rapport à l'hiver passé.



Origine des clients

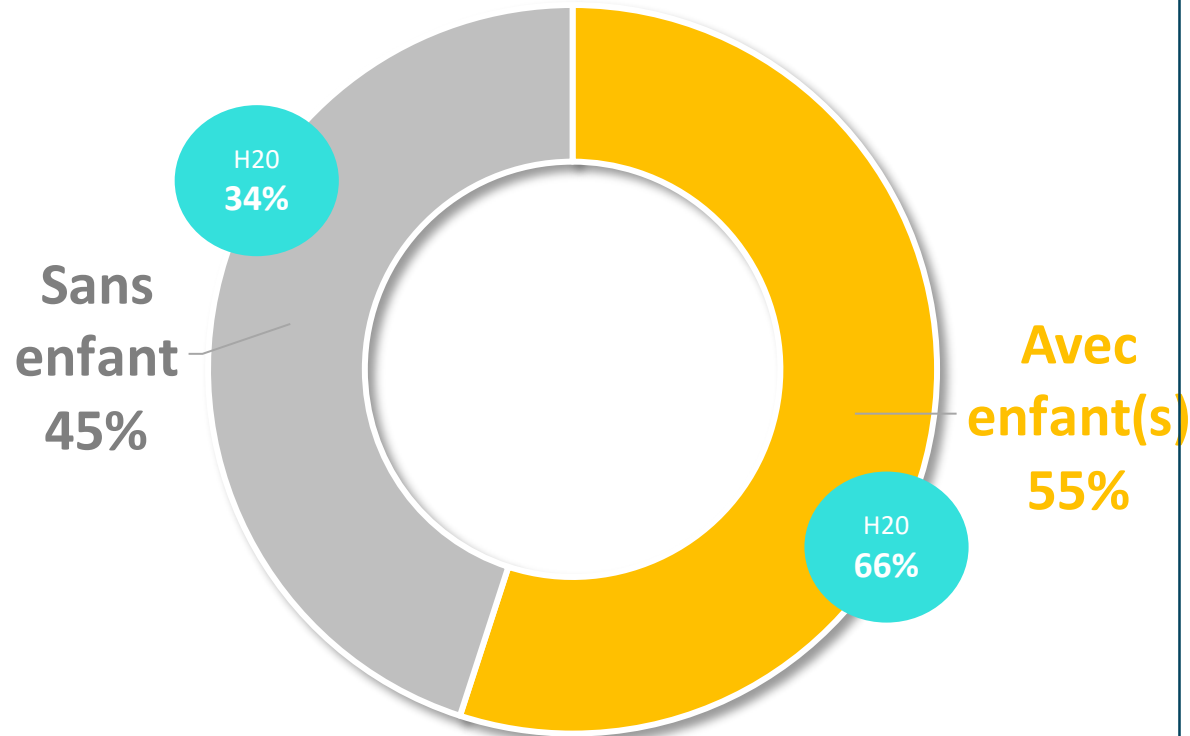
Une clientèle très majoritairement française pour les stations de la Haute Maurienne Vanoise cet hiver en lien avec le contexte sanitaire.

La région de proximité Auvergne Rhône-Alpes devient cet hiver la principale région française émettrice (28%). La part de la région Ile-de-France est à l'inverse en baisse.



Tribu de voyage

Comment était composée votre tribu de voyage ?



Taille moyenne de la tribu de voyage

4,3 personnes

H20
4,8
personnes

Un peu plus de la moitié des tribus de voyage est composée d'enfants (55%). Cette part est en revanche en baisse cette saison.

En moyenne, une tribu est composée 4,3 personnes contre 4,8 personnes la saison précédente.

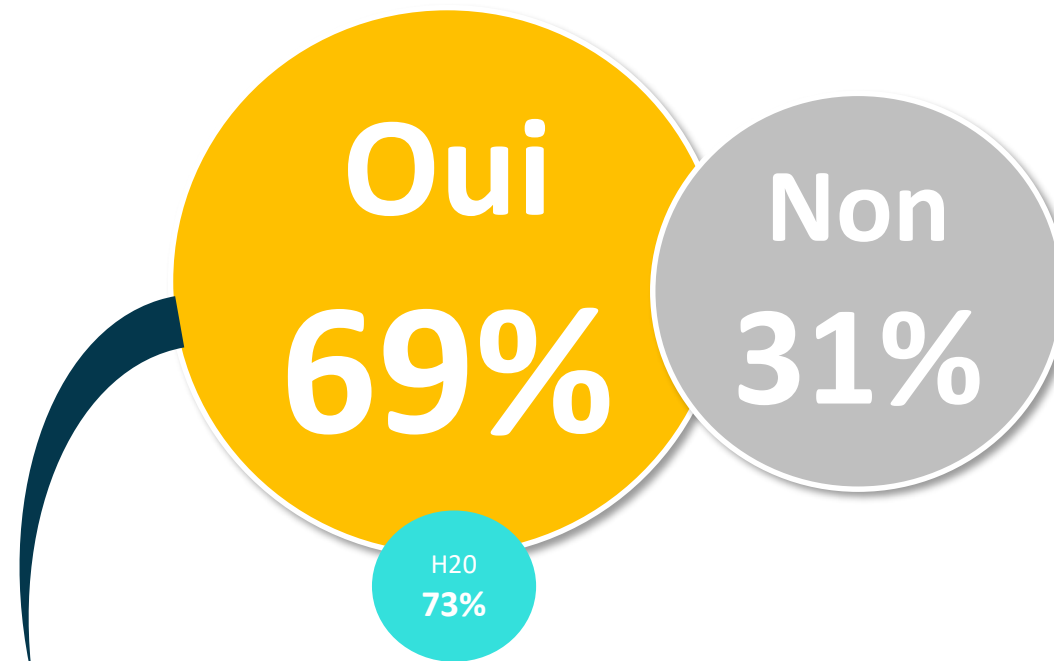
Fidélité des clients

Comme l'hiver passé, la Haute Maurienne Vanoise a accueilli une clientèle fidèle : 69% des clients sont déjà venus auparavant.

Parmi eux, 42% sont des « addicts » : déjà venus plus de 5 fois auparavant !

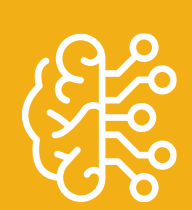
Le renouvellement de clientèle a été plus marqué cet hiver avec 31% de nouveaux clients sur la destination qui a su attirer une nouvelle clientèle.

Etiez-vous déjà venu auparavant dans cette destination ?



Détail du niveau de fidélité





2.

LE PROCESSUS DE CHOIX ET DE RESERVATION

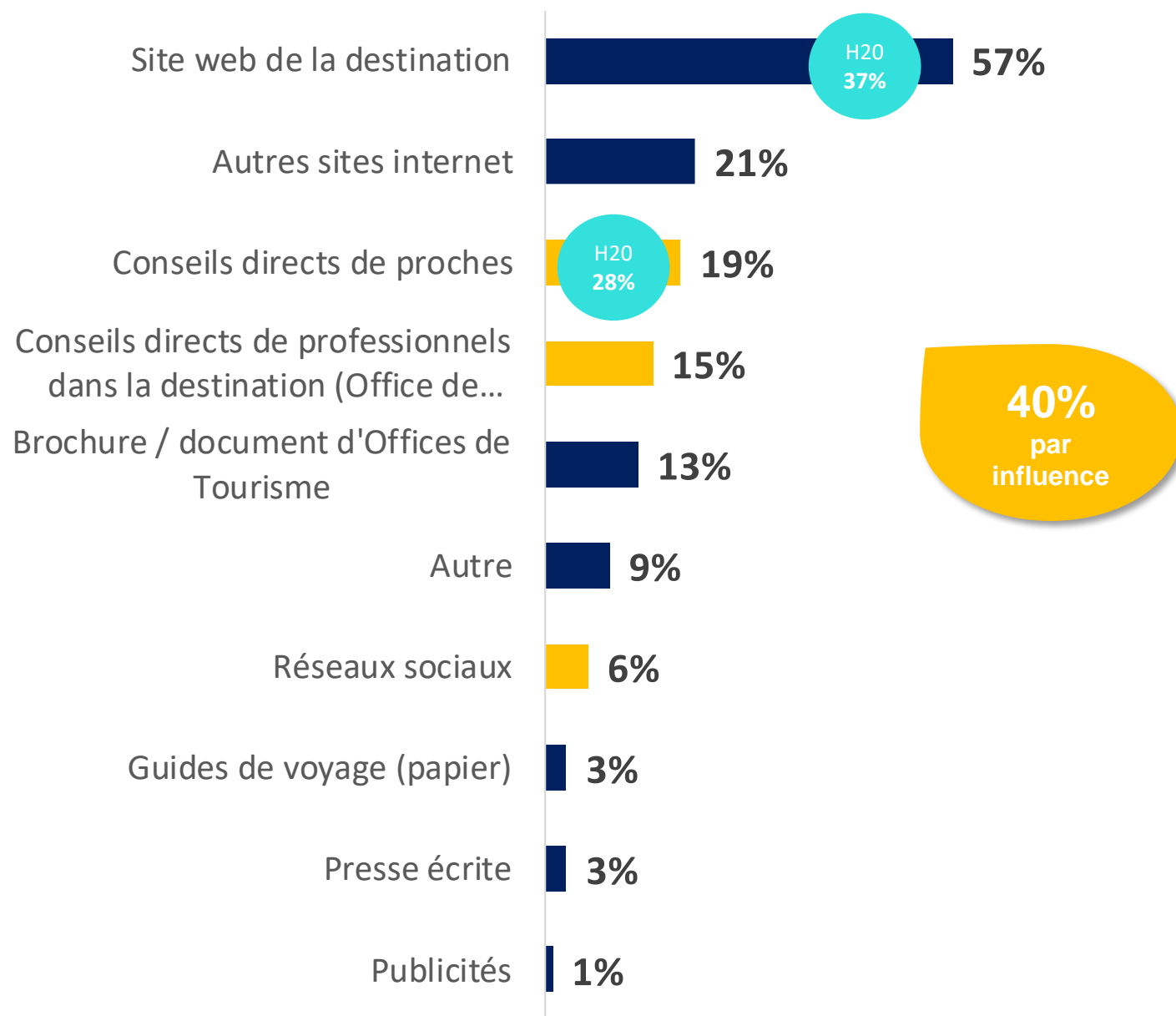


Haute
Maurienne
Vanoise



Sources d'informations

Avant de réserver votre séjour, quelles ont été vos sources d'information principales pour vos recherches de vacances ?



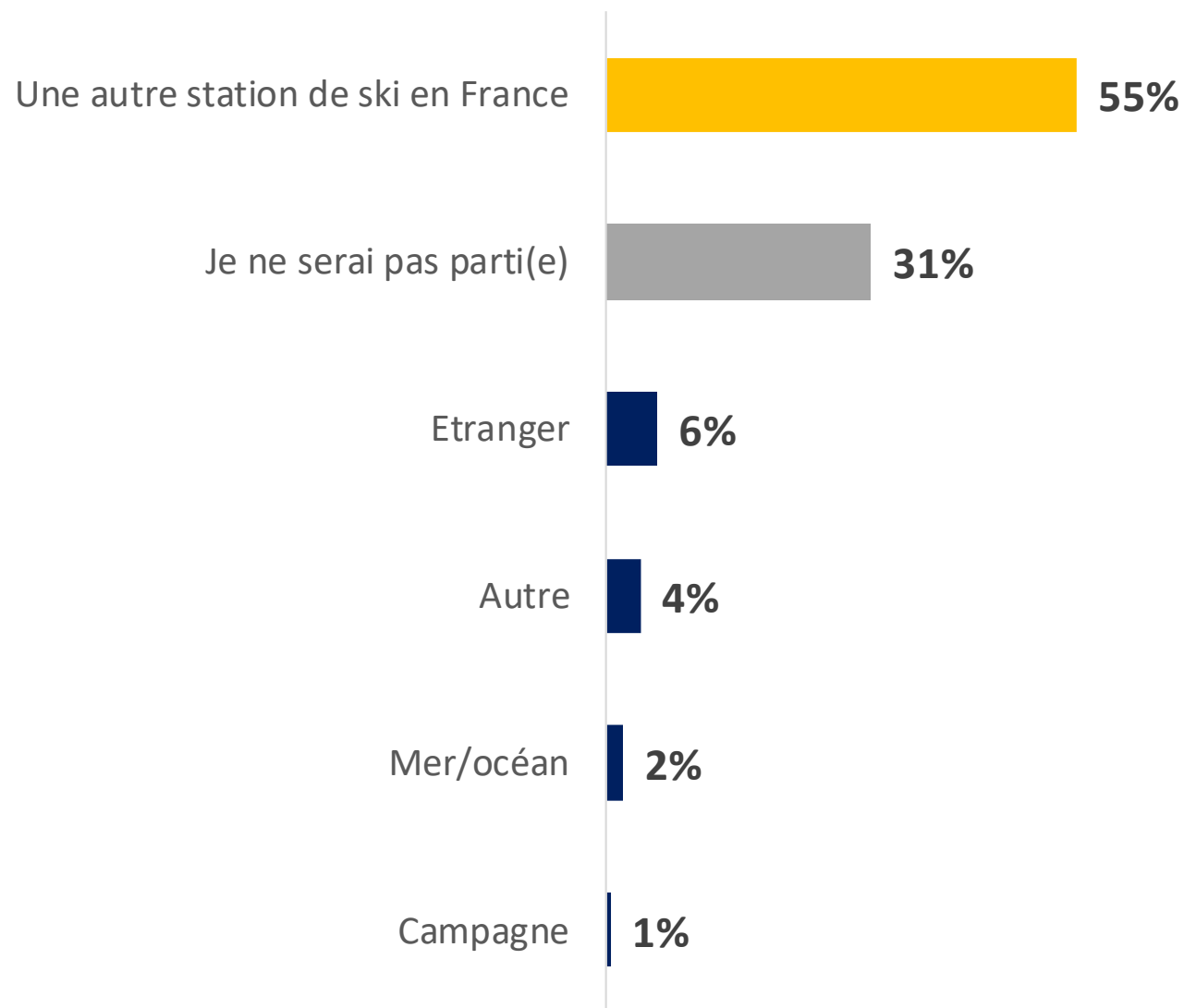
Le site web de la destination reste largement cet hiver la première source d'information pour la recherche des vacances en Haute Maurienne Vanoise.

L'influence par les conseils directs de proches ou de professionnels de la destination fait également partie des sources d'information privilégiées.

Poursuivre le développement via les réseaux sociaux.

Destination alternative

Quel était votre deuxième choix de vacances si vous n'étiez pas venu dans cette station ?



Merci de préciser la station alternative ?

1. **St Sorlin d'Arves**
2. **Les Rousses**
3. **Les Saisies**
4. **Arêches-Beaufort**
5. **La Plagne**
6. **Orcières**
7. **Valmeinier**
8. **La Clusaz**
9. **Le Grand Bornand**
10. **Peisey-Vallandry**

Plus de la moitié des clients aurait choisi une autre station s'ils n'avaient pas pu venir en Haute Maurienne Vanoise. St Sorlin d'Arves, Les Rousses ou encore Les Saisies semblent être les principales destinations alternatives pour la clientèle.

Près d'un tiers des clients ne seraient pas partis s'ils n'étaient pas venus en Haute Maurienne Vanoise, à mettre en lien avec la forte part des propriétaires et la part de clientèle fidèle. Ces résultats montrent une vraie volonté de la clientèle de venir dans cette destination malgré les contraintes de séjour liées au contexte sanitaire.

Critères de choix

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

Atmosphère village 40%

H20
24%

Station familiale 37%

H20
46%

Prix intéressants 25%

H20
27%

Paysages 22%

Skis aux pieds 18%

Domaine skiable 18%

Enneigement 17%

Calme, loin du monde 16%

Fidélité / habitude 11%

J'ai suivi la décision d'un proche 10%

Convivialité / hospitalité 9%

Recommandation 8%

Solution hébergement 7%

Services enfants 6%

Distance / voyage 6%

Après-ski / hors-ski 5%

Renommée, réputation 1%

Autre 2%

Vos critères ont-ils changé par rapport aux hivers précédents ?

**Non
74%**

**Oui
26%**

L'atmosphère, l'ambiance des villages devient cet hiver le principal critère de choix pour venir en Haute Maurienne Vanoise pour 40% des clients, contre 24% l'hiver passé. Le caractère familial des stations et ses prix jugés attractifs sont également des éléments essentiels qui ont pesé dans le choix de cette destination.

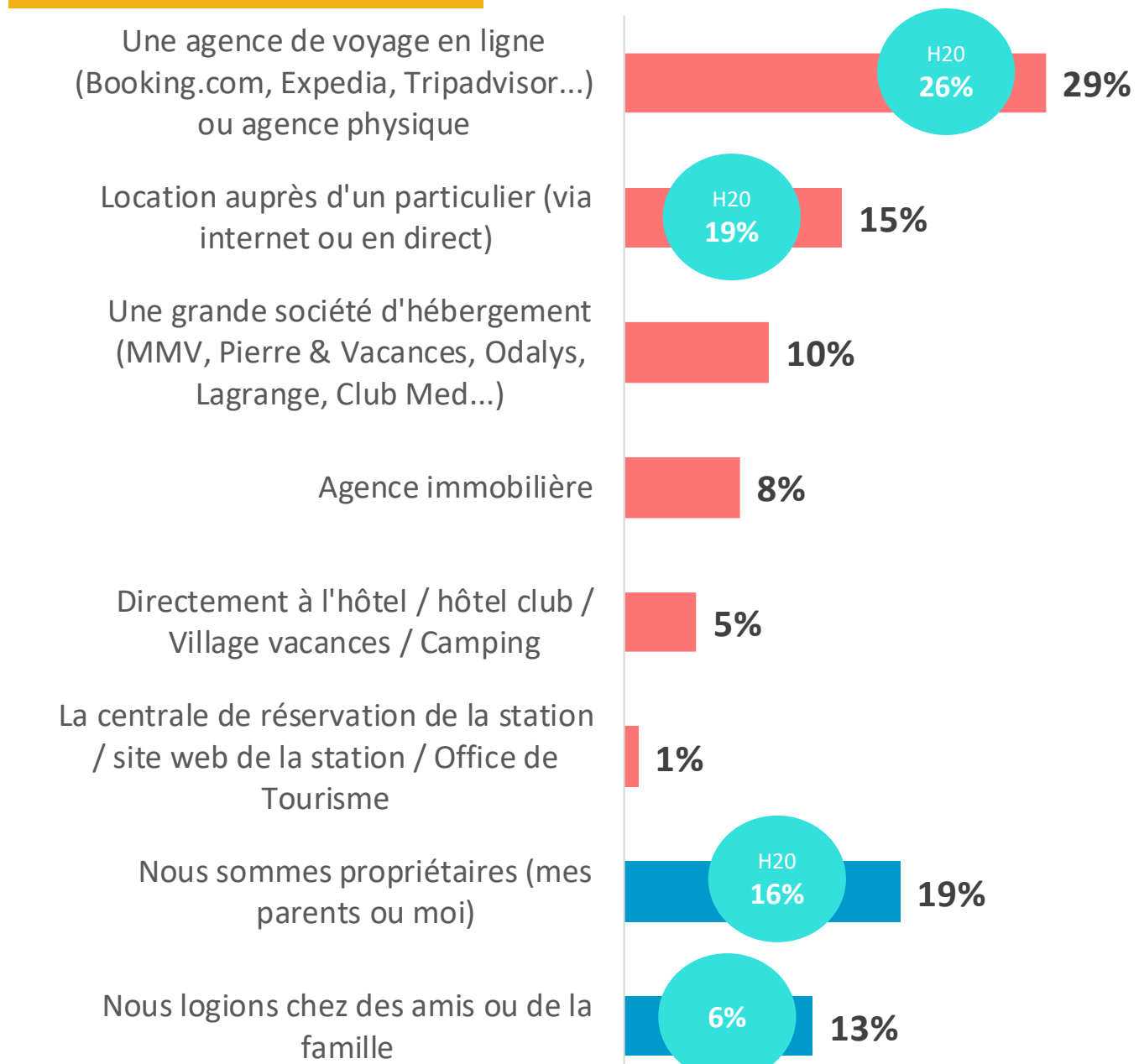
Près de trois quarts des clients estiment que leurs critères de choix sont les mêmes que pour les autres hivers. Le contexte a ainsi peu influencé la venue en montagne cet hiver car la majorité des clients sont des habitués et avaient déjà prévu leur séjour !

Canal de réservation

Parmi les réservations marchandes, les locations via agences de voyage en ligne (Booking...) restent la part la plus importante. La part des locations de particulier à particulier est en légère baisse cet hiver.

Une part de réservations non marchandes plus importante cet hiver marquée principalement par la plus forte proportion de propriétaires de résidence secondaire et de prêt de logement à des proches.

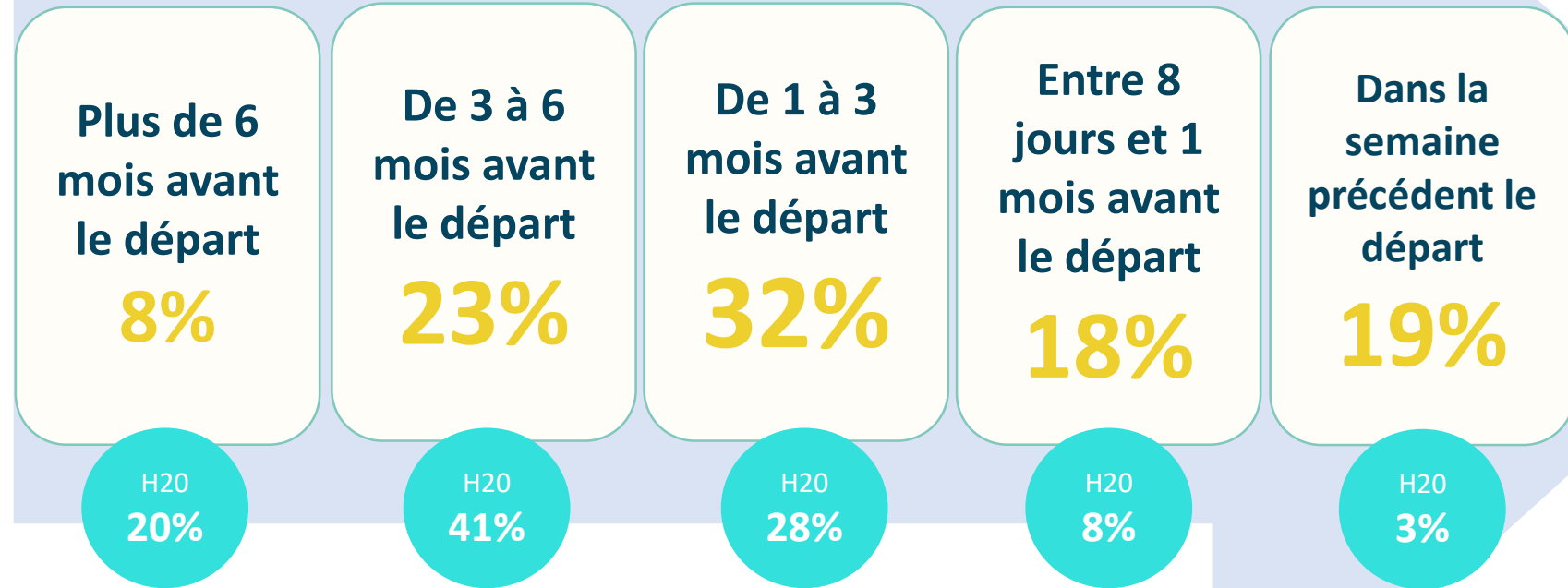
Qui était votre interlocuteur pour la réservation ?



Délai de réservation

Quand avez-vous réservé votre hébergement ?

Davantage de réservations de dernières minutes cet hiver, en lien avec la conjoncture sanitaire : 37% des clients ont réservé moins d'un mois avant le départ (dont 19% à moins d'une semaine avant), contre 11% l'hiver passé.



Critères de choix hébergement

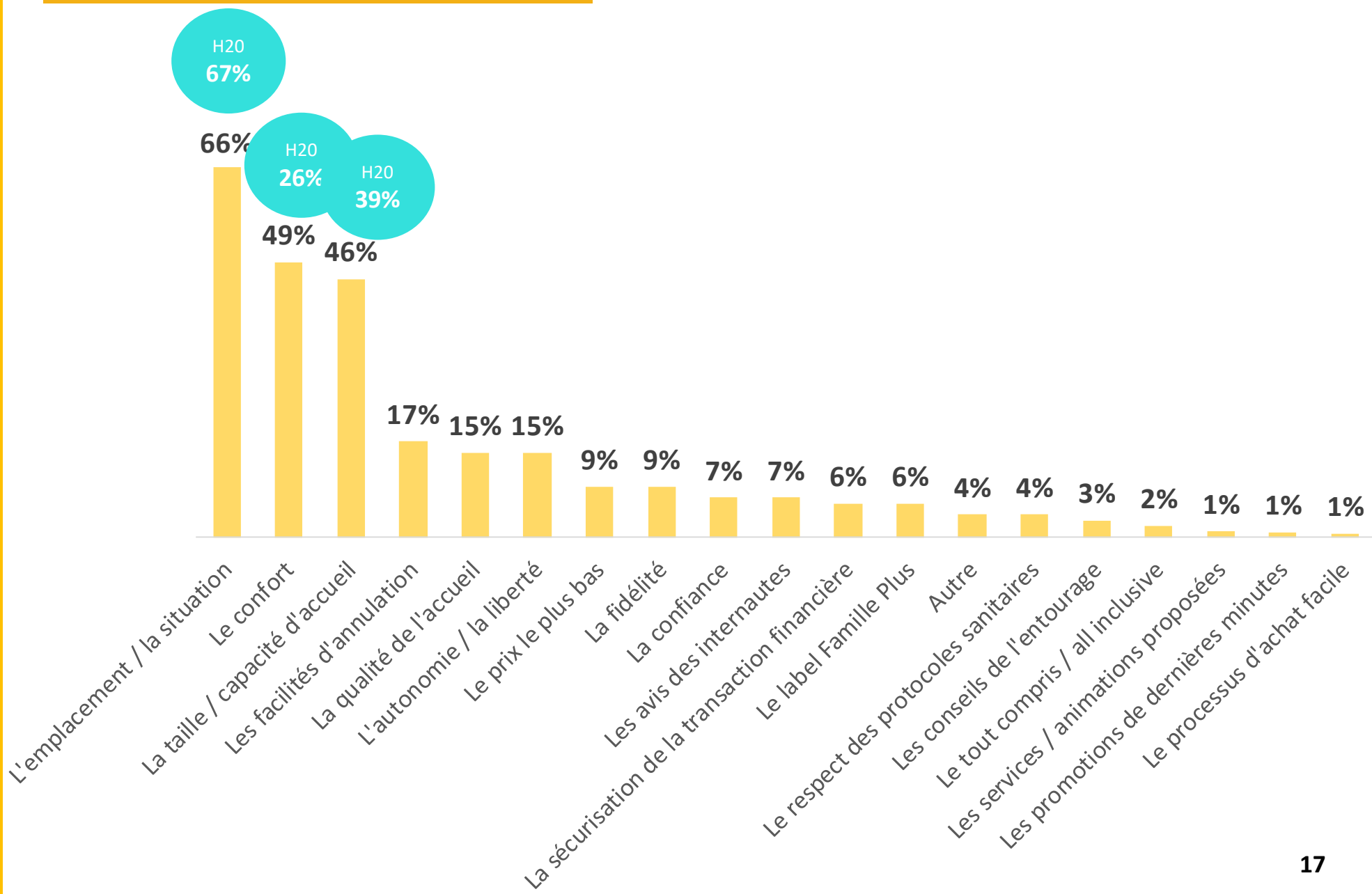
(séjours marchands – 178 réponses)

Parmi les clientèles marchandes, l'emplacement, la situation du bien reste le principal critère dans le choix de l'hébergement.

Le confort, la capacité d'accueil sont également des éléments décisifs dans le choix.

Cette année, les facilités d'annulation ont également pesé dans le choix des critères de l'hébergement.

Quels sont vos principaux critères dans le choix de votre hébergement ?



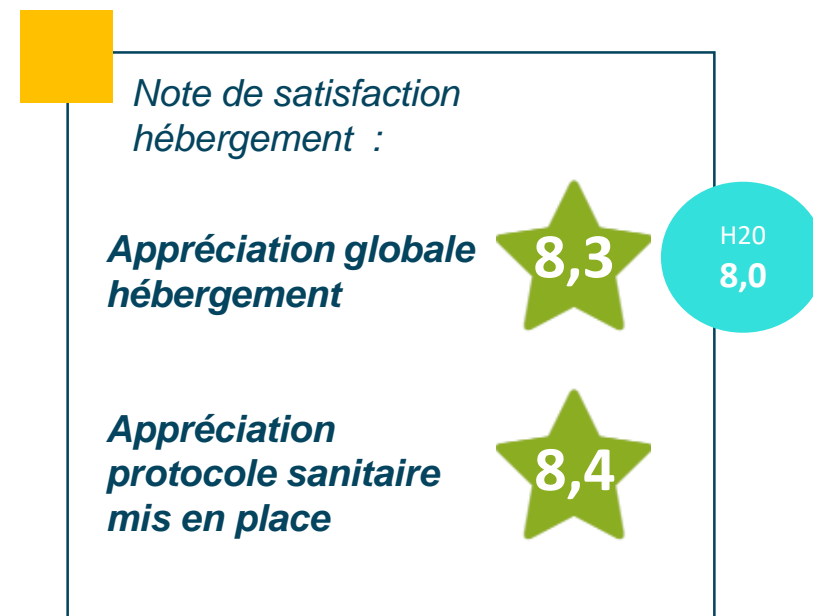
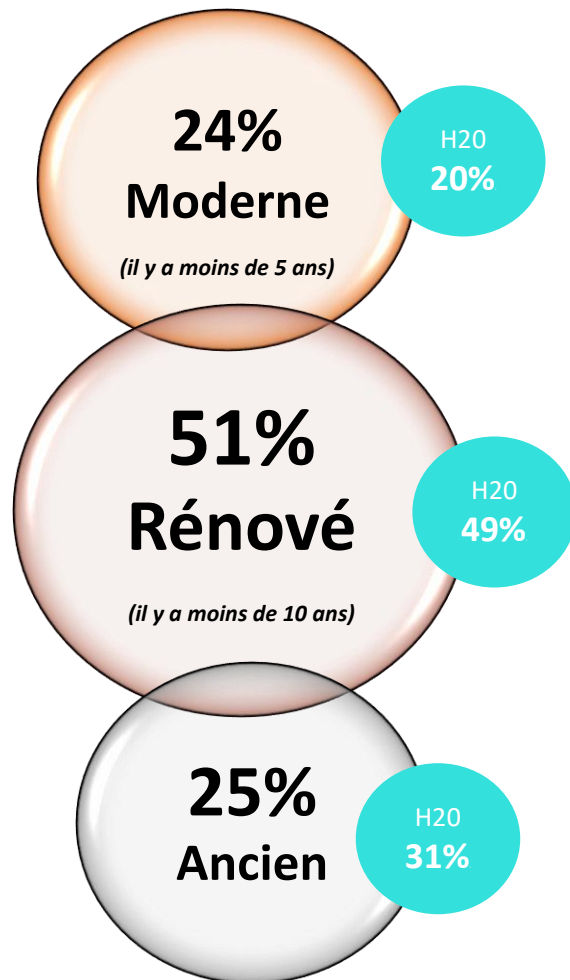
Qualité de l'hébergement

(séjours marchands – 178 réponses)

La moitié des clients estime avoir séjourné dans un bien rénové, un quart dans un bien dit « ancien », et un autre quart dans un logement plutôt moderne.

La part des biens « anciens » est en baisse dans la destination ainsi que des notes de satisfaction liées aux critères d'hébergements plus élevées cet hiver : les hébergements sont de bonne qualité en Haute Maurienne Vanoise, un vrai atout pour la destination, de belles opportunités pour les stations !

Globalement, quel était l'état de votre hébergement ?

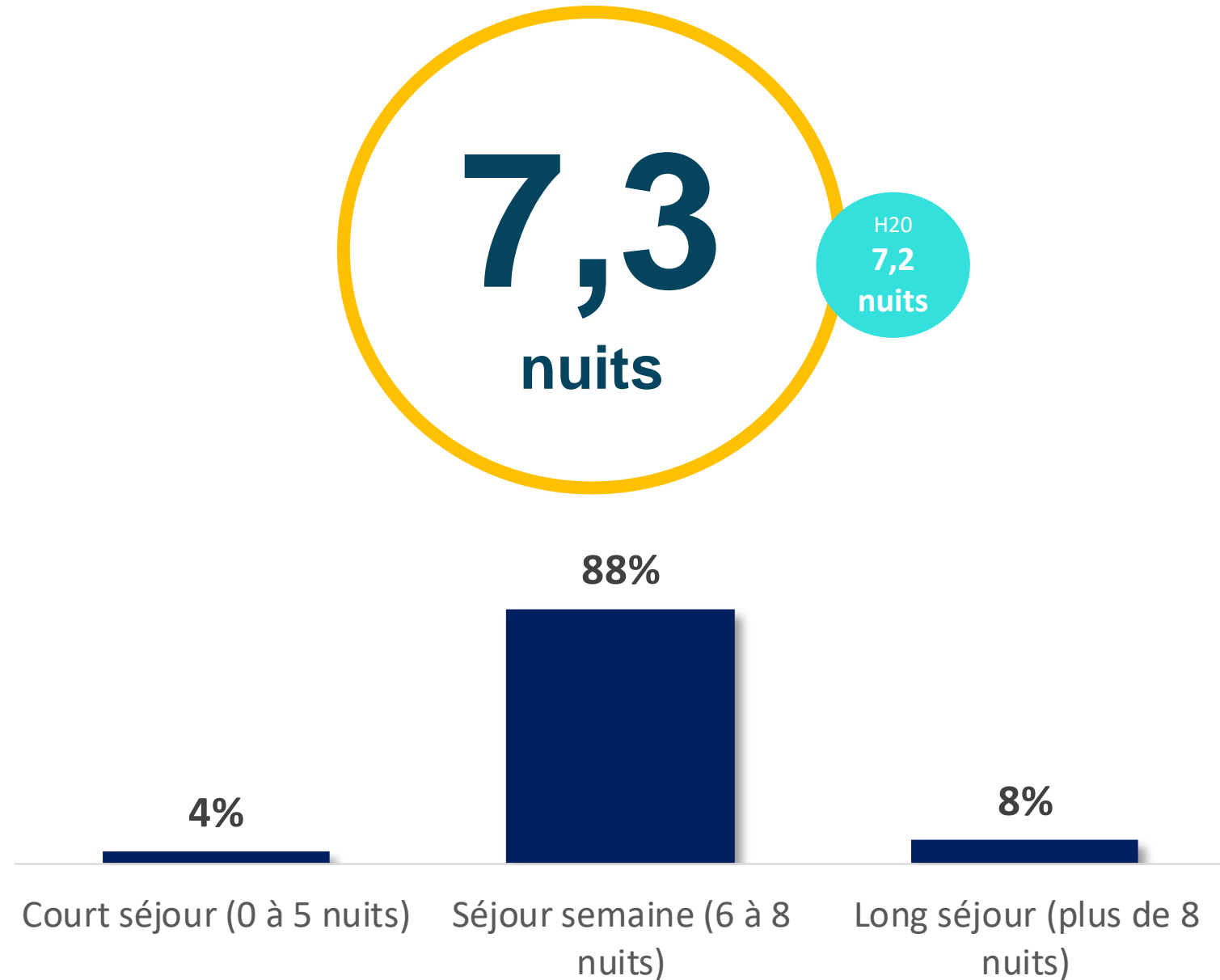


Durée de séjour

En moyenne, un séjour a duré 7,3 nuits dans les stations de la Haute Maurienne Vanoise cet hiver, en légèrement hausse par rapport à l'hiver passé.

La part des séjours semaine reste majoritaire : 88%.

Quelle était la durée de votre séjour ?



Budget séjour

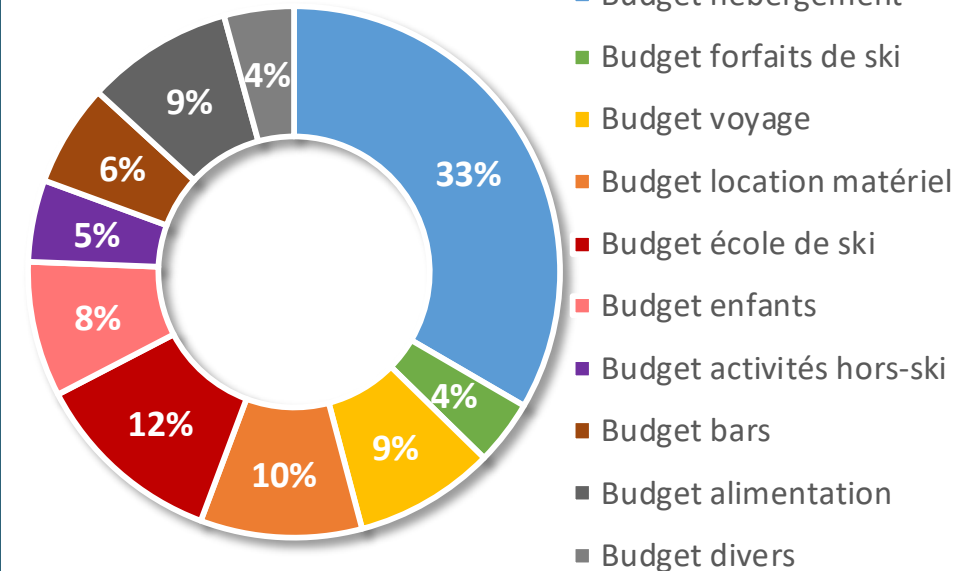
Pouvez-vous évaluer le budget TOTAL dépensé pour ce séjour, incluant transport, hébergement, repas et alimentation, ski, activités, sorties... ?

En moyenne, un client a dépensé 1681€ dans le Haute Maurienne Vanoise cet hiver (soit 54€ par jour et par personne) contre 2146€ habituellement.

Une baisse de budget est observée cet hiver en lien avec le produit « amputé » sans les remontées mécaniques, les restaurants (uniquement à emporter), bars & équipements publics.

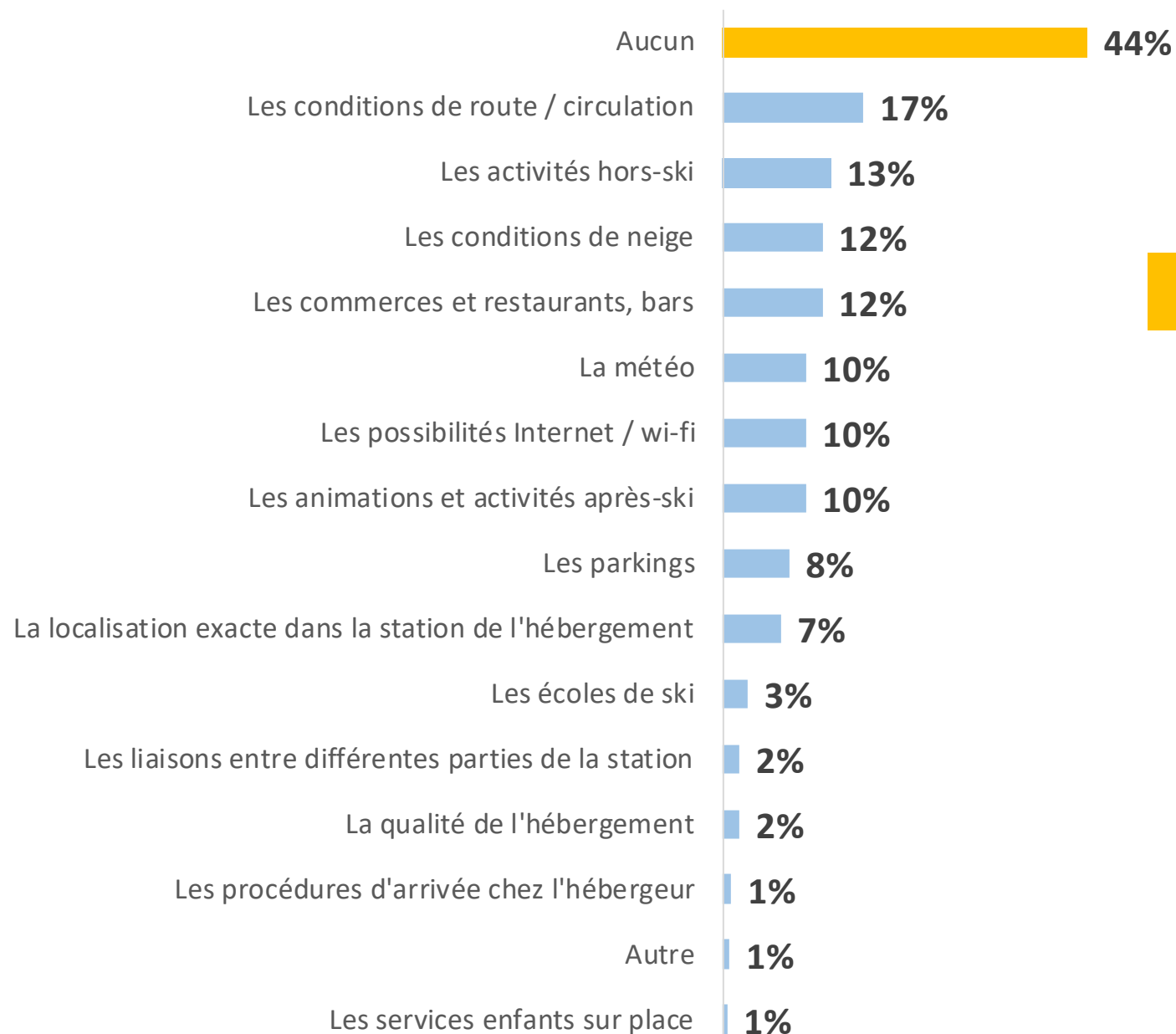


Répartition des postes de dépenses



Informations manquantes

En quittant votre domicile pour voyager jusqu'à la destination, vous auriez préféré être mieux préparé / informé sur....



H2O
51%

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

Oui
89%

Non
11%

44% des clients étaient très bien préparés pour venir dans la destination.

17% des clients auraient aimé être mieux informés au sujet des conditions de route. Au regard du contexte sanitaire et de la fermeture de plusieurs types d'activités, certains clients auraient aimé plus d'informations au sujet des activités hors-ski à faire sur place.

Près de 9 clients sur 10 estiment également avoir été bien informés en amont du séjour sur les protocoles sanitaires mis en place dans la destination.



3.

LES ACTIVITES PRATIQUEES



Haute
Maurienne
Vanoise



Activités pratiquées

La balade / randonnée à pied et la raquette à neige se démarquent cet hiver et deviennent les 2 activités principales pratiquées pour trois quarts de la clientèle en moyenne (contre 27% et 15% habituellement).

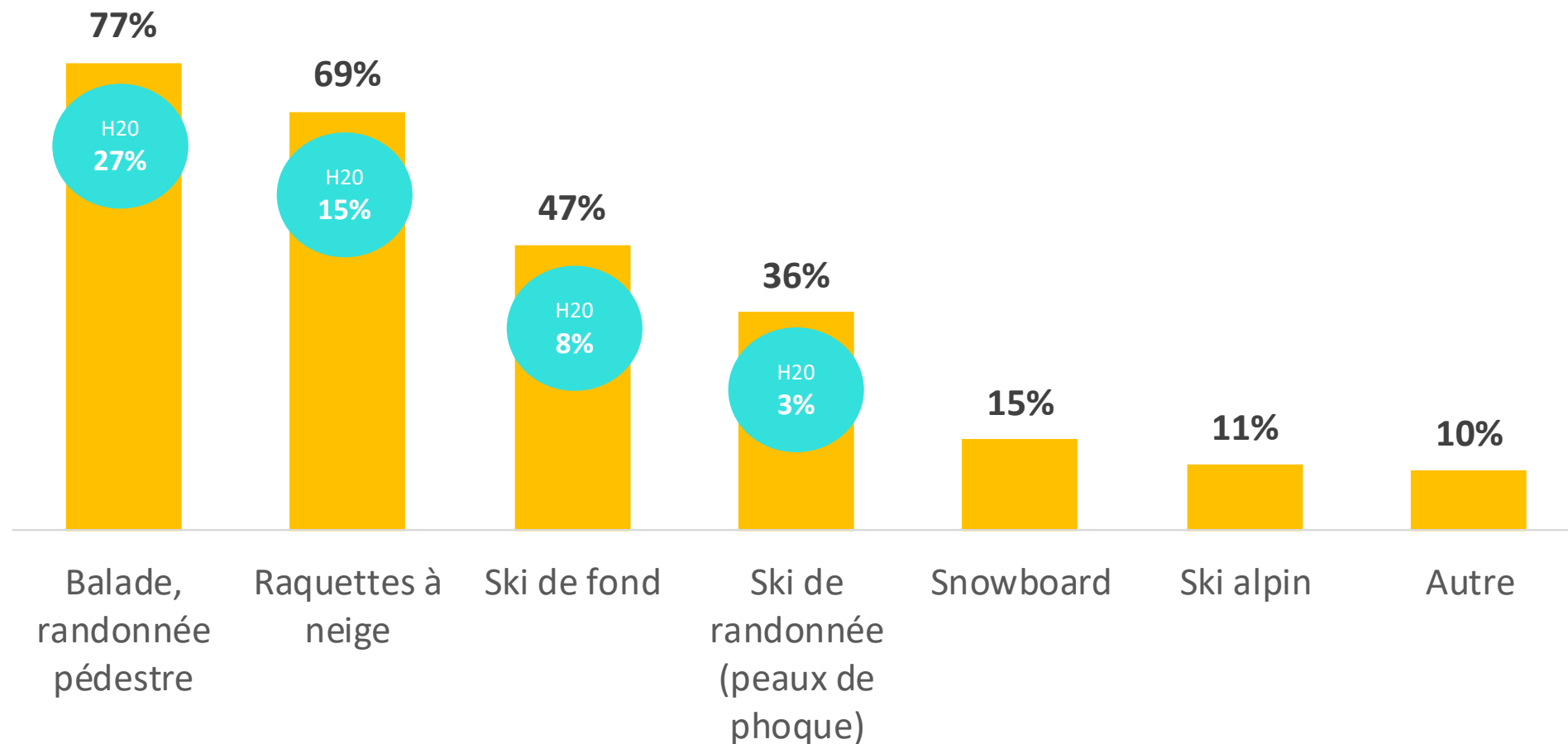
La part des activités ski de fond et ski de randonnée a également fortement augmenté cet hiver.

Ce contexte sanitaire a permis à la clientèle de découvrir ou redécouvrir une diversité d'activités possibles.

Parmi la liste suivante, quelle(s) activité(s) neige avez-vous personnellement pratiquée(s) pendant votre séjour ?

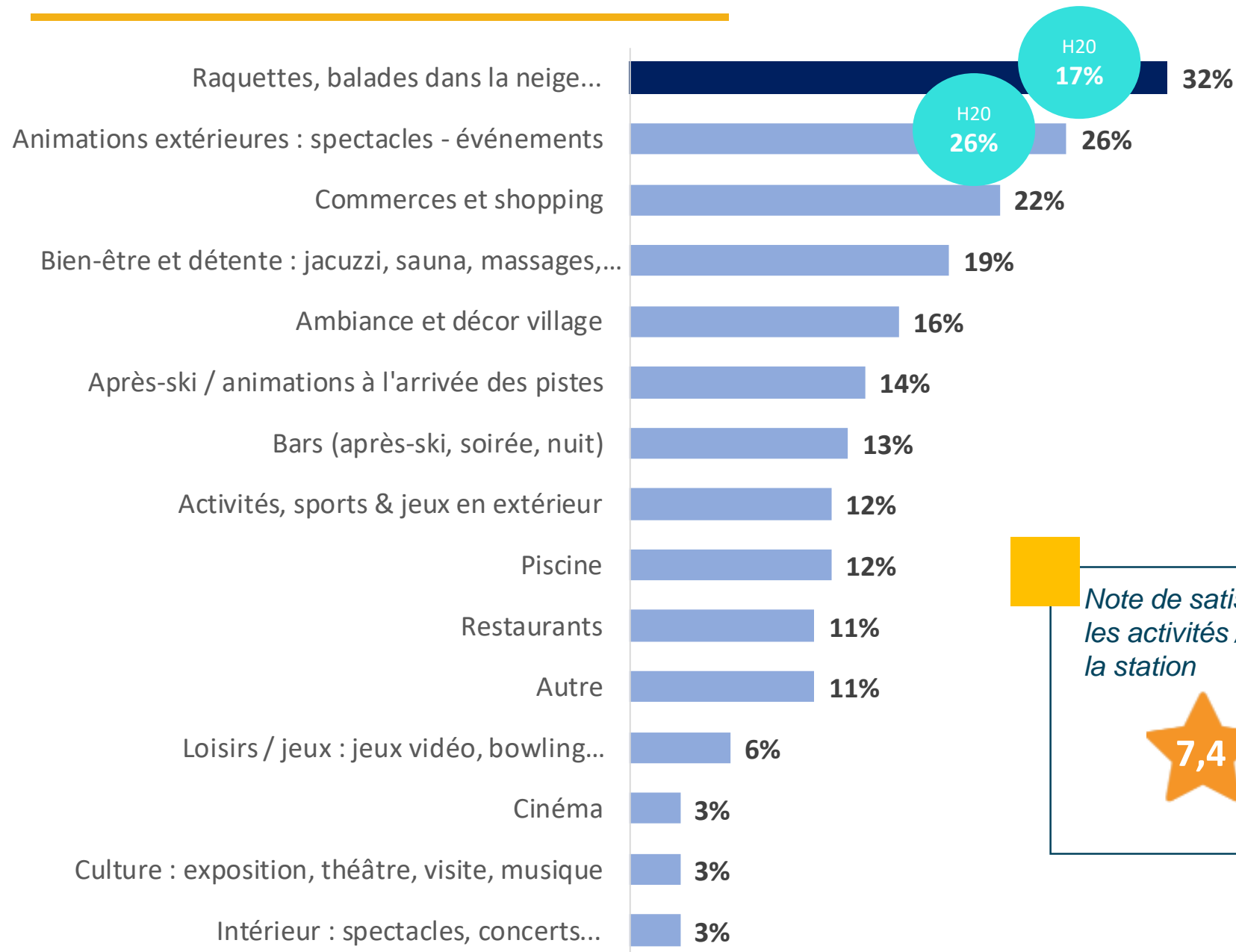
Référence enquête ANMSM / Atout France 04/2021 (multi-stations) :

- Balades à pied : 85%
- Raquettes : 54%
- Ski de randonnée : 27%
- Ski de fond : 23%



Amélioration

Selon vous, sur quel(s) point(s) la destination devrait s'améliorer ?



Note de satisfaction sur les activités / la vie dans la station

7,4

H20 7,3

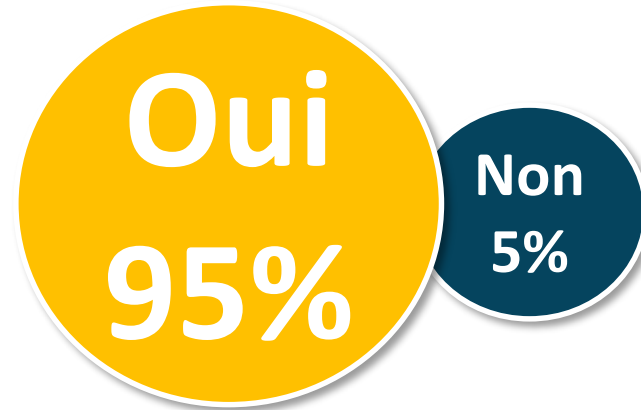
Quelques points sont notés par les clients notamment pour l'amélioration des parcours balades dans la neige / raquettes.

Les clients souhaitent également plus d'activités, jeux ou encore des animations extérieures : spectacles, événements...

Au regard du contexte et de la non-ouverture des remontées mécaniques, la clientèle est plus attentiste en matière d'activités hors-ski. La note de satisfaction est cependant en légère hausse.

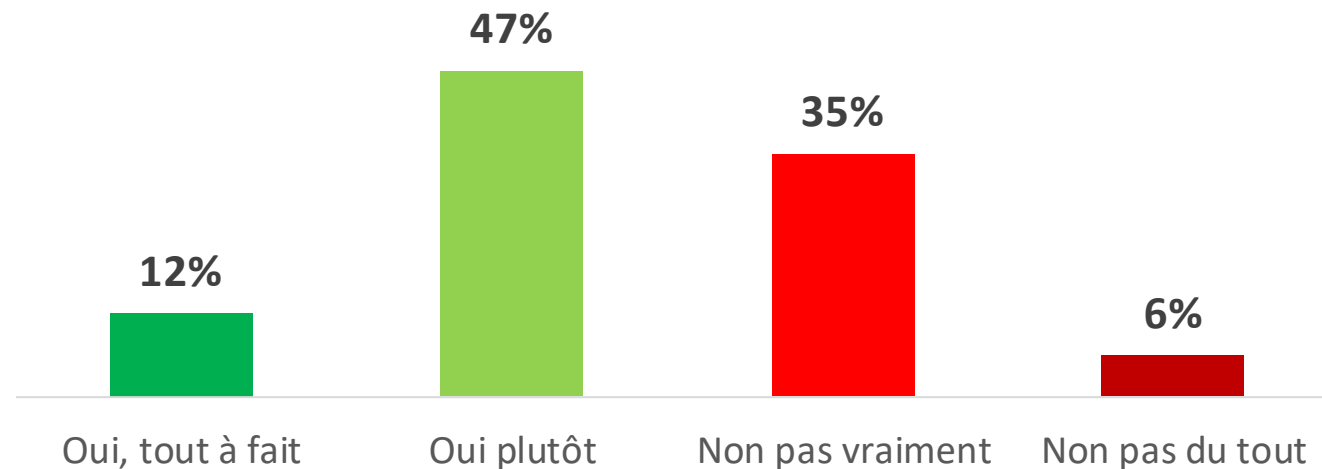
Environnement

Estimez-vous que cette station soit une destination respectueuse de l'environnement ?



Plus de 9 clients sur 10 estiment que la destination est respectueuse de l'environnement, et cela est un critère de choix pour plus de la moitié d'entre eux.

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



Il existe un réel enjeu de (re)conquête de clients autour de l'image environnementale des stations : air pur, bien-être et santé !



4.

LES TRANSPORTS



Haute
Maurienne
Vanoise



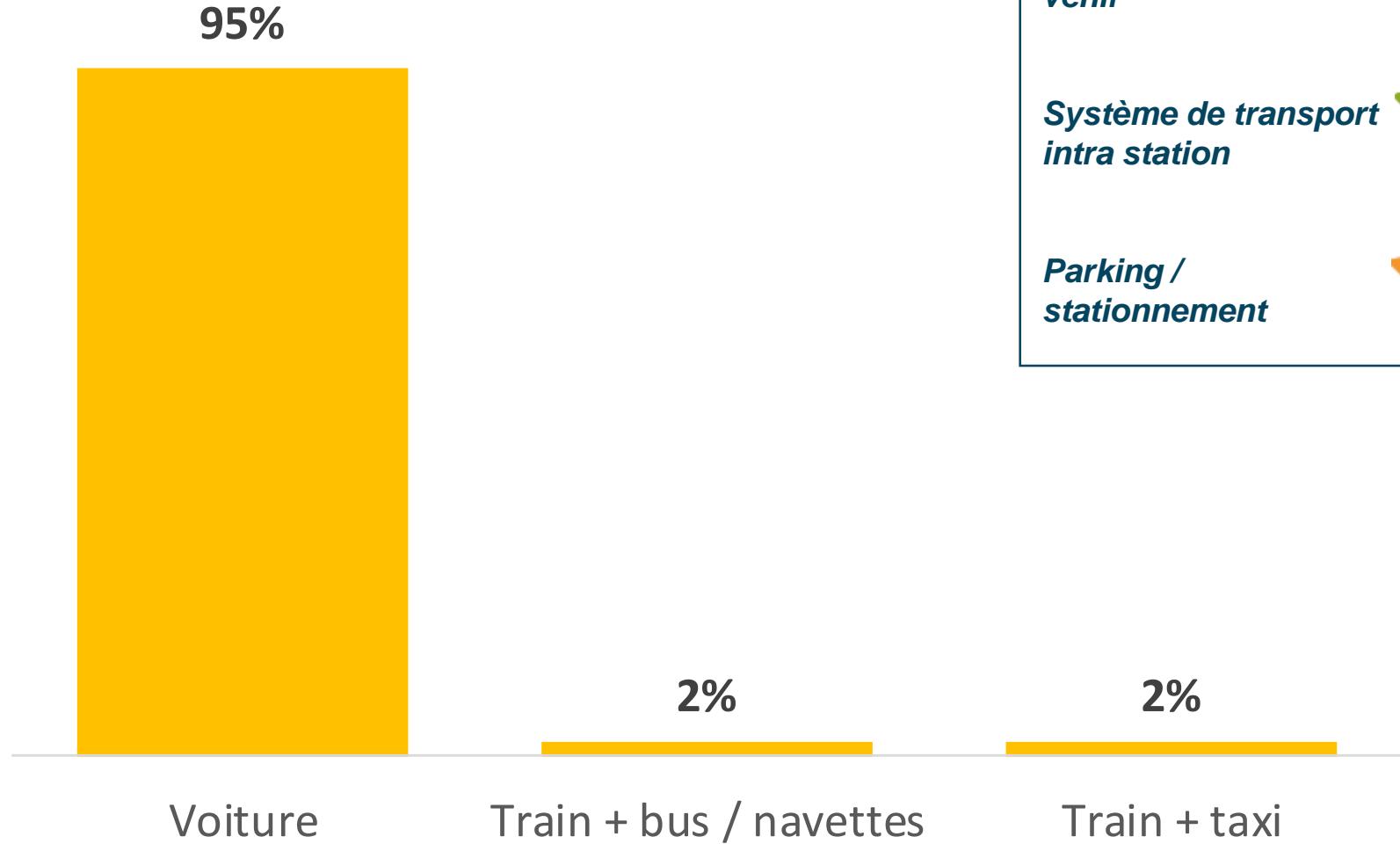
Moyen de transport

La grande majorité des clients a utilisé la voiture pour se rendre en Haute Maurienne Vanoise.

L'accessibilité pour se rendre dans la destination ainsi que le système de transport sur place sont très satisfaisants cet hiver. Le stationnement reste perfectible.

La part des transports en commun pour se rendre en station est faible. Une stratégie pour inciter les clients à utiliser les transports en commun serait idéale à mettre en place.

Quel était votre moyen de transport pour vous rendre en station ?



Note de satisfaction mobilité :

Accessibilité pour venir



H20
8,5

Système de transport intra station



H20
7,9

Parking / stationnement



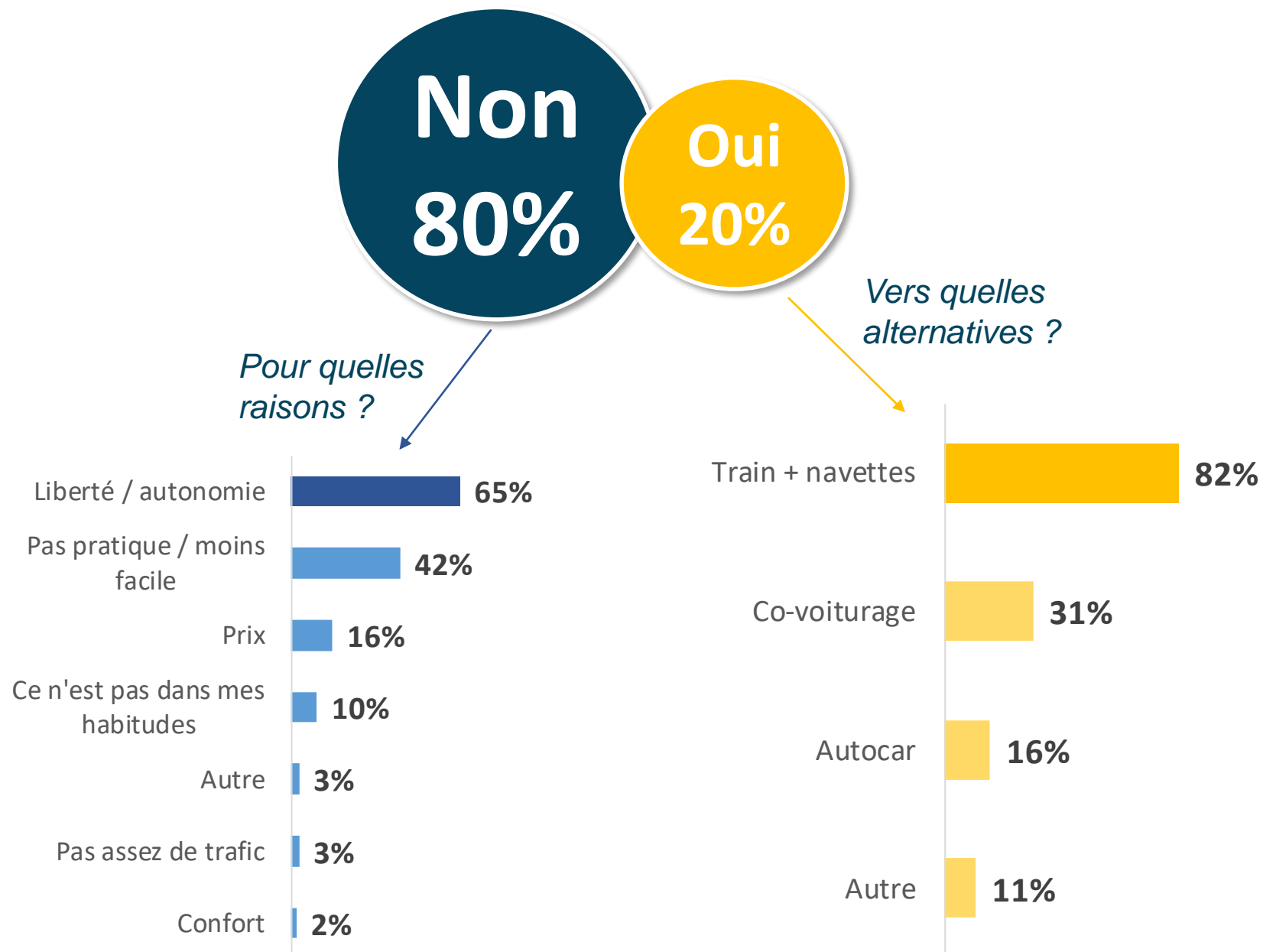
H20
7,8

Evolution modes de transports

A moyen terme, êtes-vous enclins à faire évoluer vos modes de transports individuels pour venir en station ?

8 clients sur 10 ne sont pas prêts à changer de mode de transport et souhaitent conserver la voiture individuelle notamment pour plus de liberté et pour la praticité.

Parmi ceux qui sont potentiellement intéressés à changer, le train + navettes semble être l'alternative la plus intéressante.





5.

LA SATISFACTION



Haute
Maurienne
Vanoise



Satisfaction globale

La note de satisfaction globale séjour des clients pour les stations de la Haute Maurienne Vanoise cet hiver atteint 8,6/10, en hausse par rapport à l'hiver précédent.

Au regard de la part plus importante de propriétaires cette année, cette note globale forte cet hiver montre des propriétaires heureux, satisfaits et sont de vrais ambassadeurs et influenceurs des stations.

Sur une échelle de 0 à 10, quelle est votre appréciation globale de ce séjour ?



Sur une échelle de 0 à 10, quelle est votre appréciation sur l'application des normes sanitaires de la destination ?

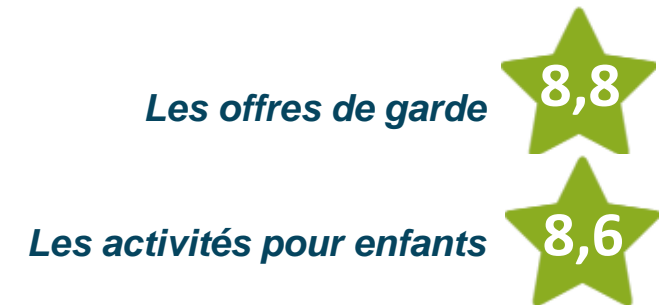


Satisfaction services / commerces

Quelle est votre appréciation sur la qualité des services / commerces suivants :



Et pour les enfants :



Globalement, tous les items liés à l'accueil, aux services et commerces proposés par la destination sont bons, et même en hausse pour la plupart.

Les services pour enfants sont également très bien notés concernant les activités proposées et les offres de garde.

Office de Tourisme



L'Office de Tourisme obtient de très bonnes notes de satisfaction sur l'ensemble des items notamment sur la qualité du site internet (première source d'information client!), la disponibilité et l'amabilité du personnel ainsi que la qualité des réponses apportées.

Quelques éléments perfectibles au sujet de la documentation proposée et des informations en libre service.

Quelle est votre appréciation sur les points suivants :
(parmi ceux qui se sont rendus à l'OT – 215 réponses)



Moyenne globale



Probabilité de retour

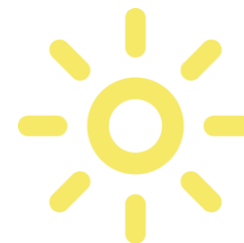
Quelle est la probabilité pour que vous retourniez dans cette destination ?



...en hiver ?

80%
de chance

H20
81%



...en été ?

58%
de chance

H20
48%

Il existe 80% de chance que les clients reviennent l'hiver prochain en Haute Maurienne Vanoise et 58% pour cet été.

Cette probabilité de retour pour cet été est bien plus forte que l'été passé.

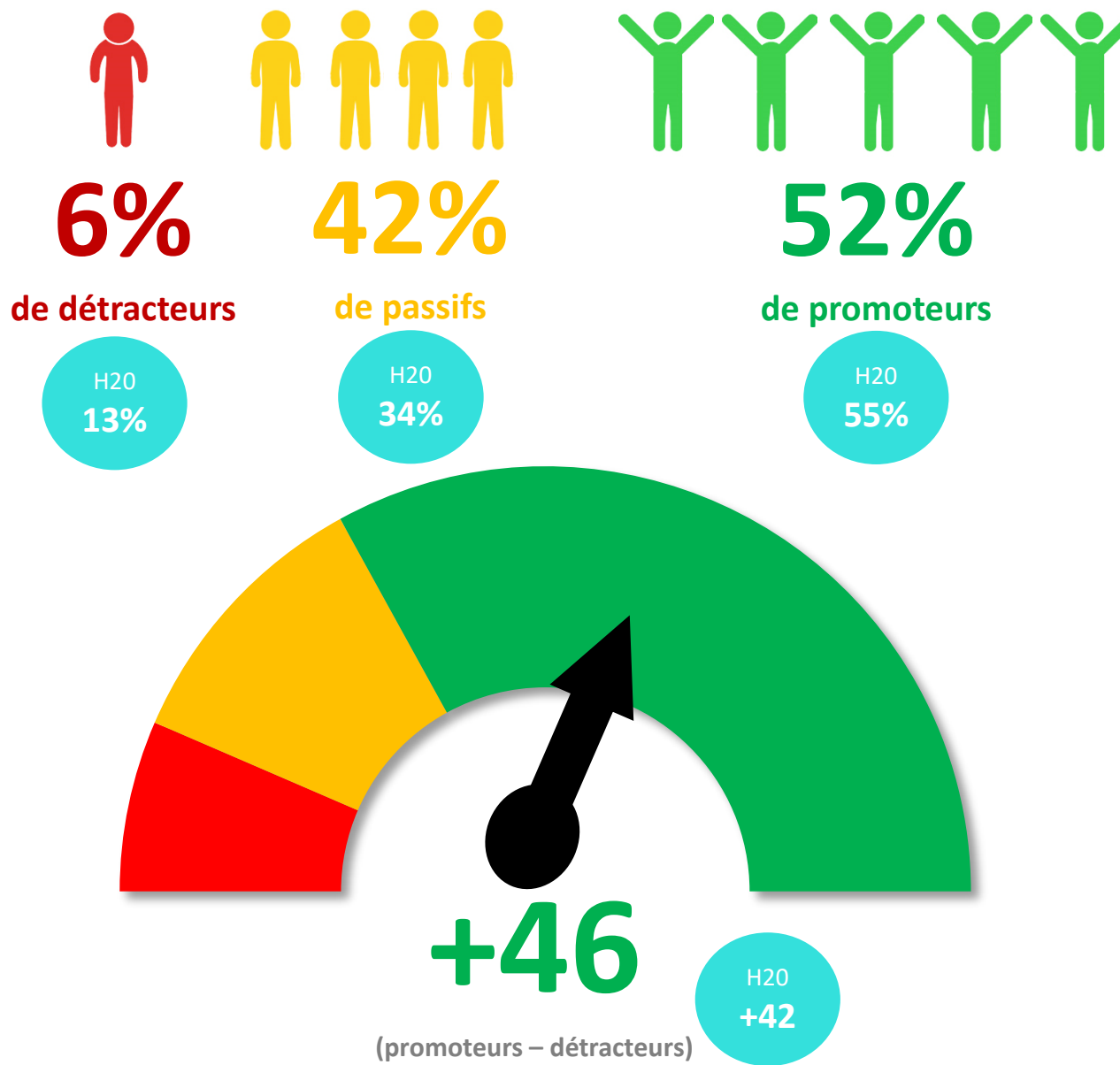
Avec quelle probabilité pensez-vous recommander cette station à vos proches ?

Recommandation : Net Promoter Score

Un très bon indicateur de recommandation client cet hiver ! En hausse par rapport à l'hiver passé. 52% des clients sont des promoteurs de la destination.

→ 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 et d'attrition

La qualité du domaine skiable est le facteur de fidélisation principal cet hiver en Haute Maurienne Vanoise. Le caractère authentique du village ainsi que les paysages qu'offrent la destination font partis des éléments qui ont le plus séduit les clients.



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

Recodage question ouverte / Taux de réponses : 69%

- Domaine skiable (25%)**
- Village / authenticité (22%)**
- Paysages (15%)**
- Station familiale (15%)**
- Enneigement (10%)**
- Activités (9%)**
- Accueil (8%)**
- Calme (6%)**
- Autre (4%)**



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

Recodage question ouverte / Taux de réponses : 56%

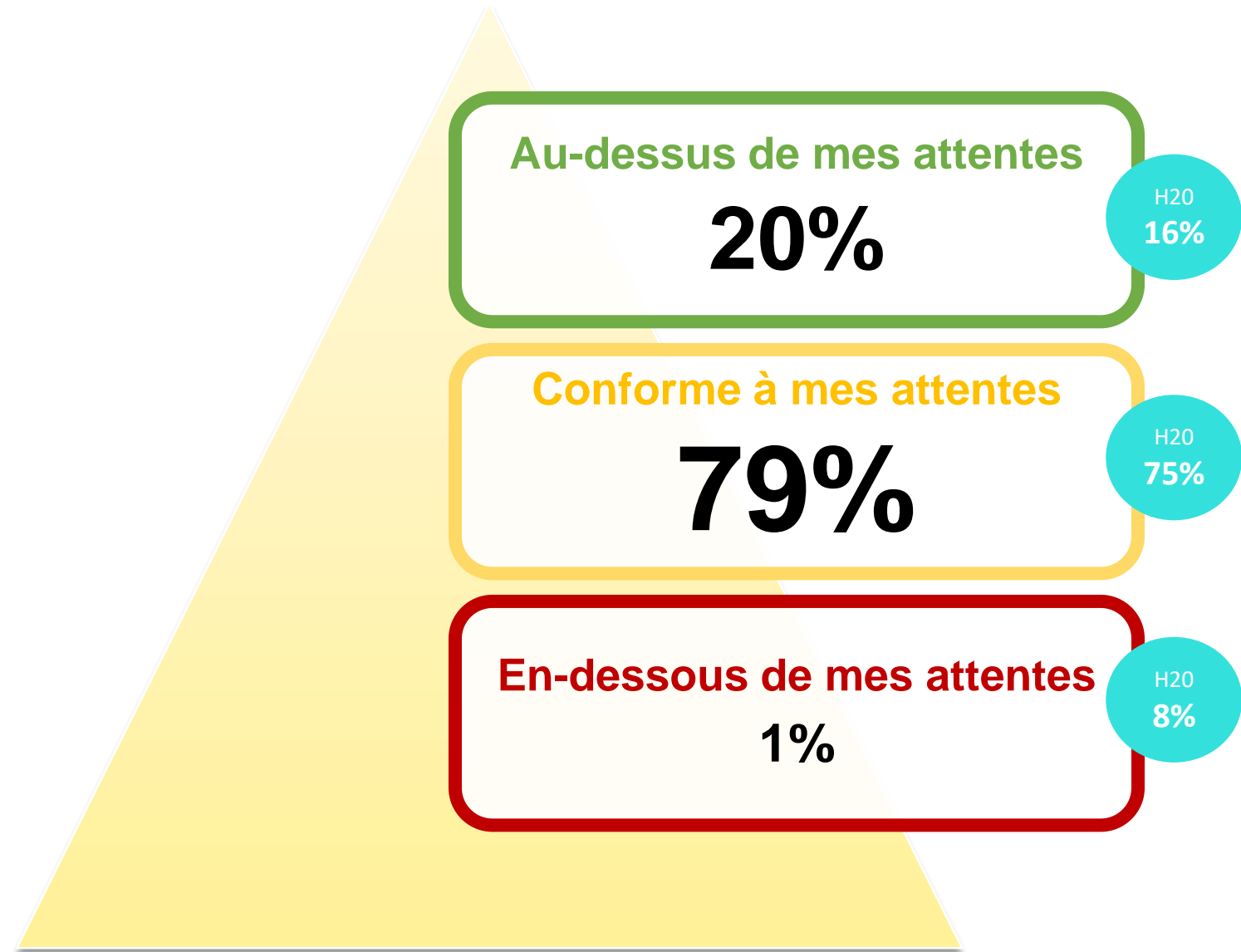
- Animations / activités hors-ski (5%)**
- Commerces (4%)**
- Hébergement (3%)**
- Trop de monde, bouchons (3%)**
- Prix (3%)**
- Autre (2%)**

Et finalement...

Au global du séjour, près de 8 clients sur 10 estiment que leur séjour a été conforme à leurs attentes.

20% des clients disent que leur séjour a été au-dessus de leurs attentes, contre 16% l'hiver passé.

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



Ce que l'on retient

Hiver 2019/2020

Hiver 2020/2021

Plus de clients fidèles

Plus d'anticipation pour la réservation !

Plus de familles avec enfant(s) !

De nouvelles activités pratiquées !

Budget séjour dépensé plus faible !

Plus de séjours non-marchands réalisés !

Meilleure recommandation client ! 😊

Cet hiver, les stations de la Haute Maurienne Vanoise ont accueilli une clientèle française **d'aficionados** de la destination : 69% sont déjà venus auparavant. La forte proportion du secteur non marchand (32%) dont la présence de propriétaires de résidences secondaires (19%) explique pour partie ces résultats mais pas uniquement car plus de **2 clients sur 3 étaient issus du secteur marchand**. Un bond important **d'acquisition d'une clientèle régionale** peut inciter la destination à renforcer sa position sur ce **marché local domestique** : un plan à envisager pour les prochaines années.

Si la baisse de fréquentation est malheureusement incontestable, les clients venus en 2021 avaient une vraie volonté de venir en Haute Maurienne Vanoise malgré les contraintes de séjour liées au contexte sanitaire, 31% ne seraient pas parties s'ils n'avaient pas pu venir dans cette destination. Différentes envies ont motivé les clients pour venir : **l'atmosphère** et **l'authenticité** des villages, le caractère **familial**, ses **prix attractifs**, l'environnement et **ses paysages**, la montagne autrement. La Haute Maurienne Vanoise a donc bien su tirer profit de sa **valeur refuge**.

Dans ce contexte sanitaire et sociétal incertain, la fréquentation a suivi les annonces gouvernementales. Et cet hiver a donc été la course aux **réservations de dernières minutes**.

La fermeture des remontées mécaniques et des équipements publics a incité la clientèle à **découvrir ou redécouvrir** une diversité **d'activités** : les balades à pieds, la raquette à neige, le ski de randonnée, le ski de fond...

Le budget consacré au séjour est en moyenne en baisse de 22% (pour une durée de séjour stable) par rapport à un séjour classique.

Si la clientèle regrette, les deux grands absents de cette saison : le ski alpin et les restaurants (à emporter uniquement), la clientèle reste satisfaite de son séjour. **La satisfaction globale du séjour est plus élevée (8,6/10) par rapport à l'hiver précédent**, ainsi que des **indices de recommandation et de retours forts**. De belles notes de satisfaction sont affichées également pour les différents services et commerces proposés par les stations. Des propriétaires également très satisfaits : les valeurs du territoire et les efforts fournis par la destination sont ainsi reconnus et perçus et ont contribué à cette **expérience réussie** cet hiver !

Merci !



CONSULTING



Haute
Maurienne
Vanoise

Vos contacts G2A :

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

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

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

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

Annexes

- **Lien pour la consultation du questionnaire (WORD) :**
https://g2a-consulting-a.sphinxonline.net/g2a/H21_TC_VF/questionnaire_hmv.htm
- **Lien du webreporting pour la consultation des résultats en temps réel :**
https://g2a-consulting-a.sphinxonline.net/g2a/H21_TC_VF/reporting_HMV_NW32.htm
- **Lien pour la consultation de la significativité des résultats (WORD) :**
https://g2a-consulting-a.sphinxonline.net/g2a/H21_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.**

