

« L'expérience des clients français en stations de montagne cet hiver 2020/2021 »



&



Vendredi 30 avril 2021

AU PROGRAMME



1 Contexte, objectifs & méthodologie d'enquête

2 Les résultats

- **Choix de destination et fidélisation**
- **Logement et réservation**
- **Les activités**
- **Le budget**
- **La satisfaction**

3 Synthèse



Contexte, objectifs & méthodologie

Contexte & objectifs

La crise sanitaire actuelle a généré la fermeture des remontées mécaniques, bars, restaurants et équipements publics sur l'hiver 2020/2021.

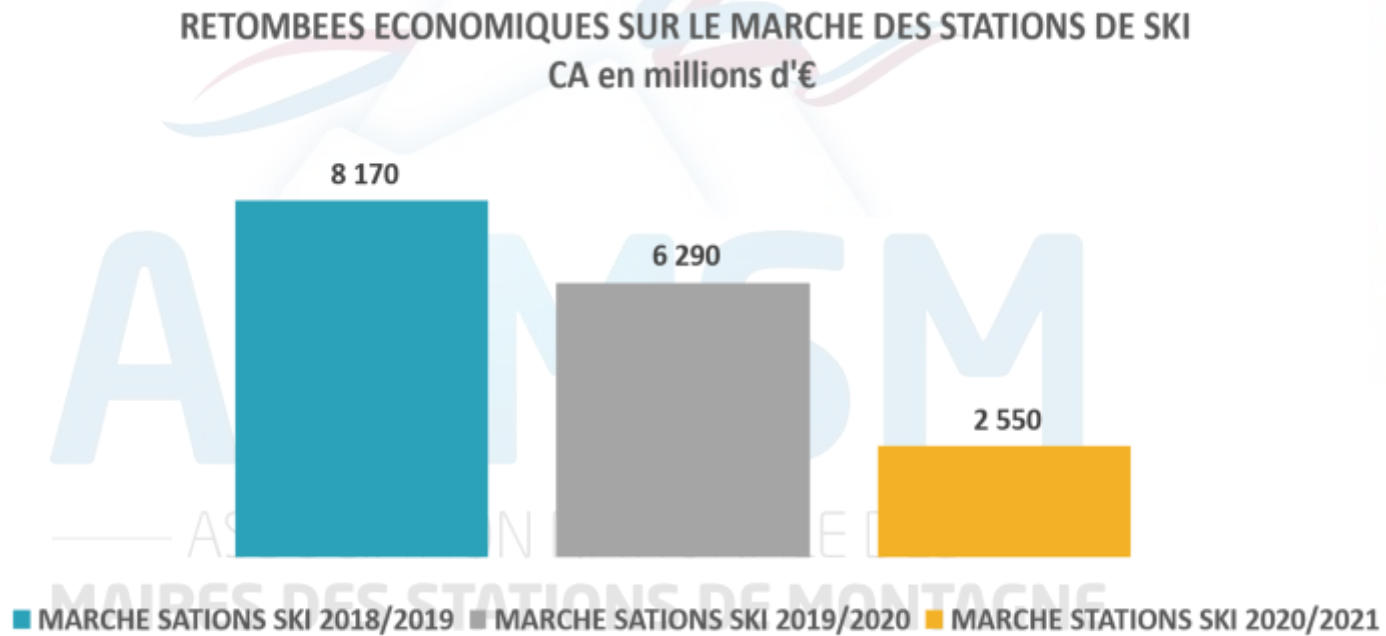
L'activité touristique sur les stations de montagne est donc inédite. En concertation, l'ANMSM et Atout France ont décidé de mener une enquête auprès des clients qui sont venus en stations de montagne cet hiver.

L'objectif est de cerner comment les clients ont vécu cette expérience d'une station de montagne avec un produit fortement impacté, d'identifier leur niveau de satisfaction, les changements de perception sur le « produit » station de montagne...

L'objectif de cette enquête est de tirer des leçons de cette période inédite, pour le bien commun.

Contexte & objectifs

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).



-70%
**Retombées
économiques**
Chiffres d'affaires
Vs H19

La satisfaction de la clientèle affirmée cette saison à travers cette enquête ne minimise pas la perte économique enregistrée cette saison.

Merci aux partenaires de la diffusion de l'enquête :

(via activation de leurs fichiers clients)

Megève, Le Sancy, Méribel, Peisey-Vallandry,
France Montagnes, Praz de Lys, St Lary,
Valmorel, Villard de Lans, Le Lioran, Serre
Chevalier, Chamrousse, Pierre & Vacances,
Pralognan, Isola, Auron, Les Gets, Les Angles,
Haute-Ariège, NPY, Combloux, Le Queyras,
Châtel, Orcières, La Belle Montagne, Métabief,
Gourette, Aussois, La Bresse, Valberg, Le
Dévoluy, Val d'Allos, Albiez, Montclar Chabanon,
GSI, Chamonix, La Plagne, Les Deux Alpes,
Cauterets, Valloire, St Jean d'Arves, Passy, Alpe
d'Huez, Les Orres, Vaujany, Monts Jura, Tignes,
Les Contamines Montjoie, St Gervais,
Communauté de Communes des Montagnes du
Giffre, Bozel, Grand Tourmalet, Courchevel, St
Colomban des Villards, Gerardmer

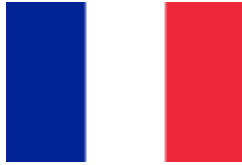
Près de

90000

réponses

Méthodologie

- L'enquête est exclusivement **en ligne**, basée sur les **fichiers clients station**, administrée auprès de **français** uniquement
- Durée moyenne du questionnaire : **~10 minutes**
- Période d'enquête : **08/03/2021** au **23/03/2021**
- Qualité des réponses : très satisfaisante




Taux de suppression < 0,5% (vs 4% en général) ; taux de remplissage des questions bien documentées : 86% (vs 75% en général)

- Comparatif avec un **panel « multi stations »** représentatif des **français** partis en station de montagne en hiver 2019/2020. Les comparatifs avec le panel H20 doivent tenir compte de 2 méthodologies différentes. Le panel H20 est un panel représentatif de la clientèle française fréquentant les destinations de montagne. Sur H21, il ne s'agit pas d'un panel représentatif : cette saison étant particulière, il n'y a pas de caractère de représentativité définie a priori. Sur H21, les répondants ne sont pas soumis à un panel, les clés de redressement ont été définies comme suit.

H20

- Redressement par massif :

Massif	Part de marché habituelle		Part de marché H21
Alpes du Nord	62%	Clé de redressement : nuitées issues des données G2A 	56%
Alpes du Sud	13%		10%
Pyrénées	13%		17%
Vosges / Jura	7%		9%
Massif Central	5%		7%

Focus profil des répondants

25%
**de propriétaires de
résidences
secondaires**

H20
8%

A l'image de la fréquentation de cette saison, nombreux cette saison en stations, les propriétaires de résidences secondaires répondants ont été nombreux. Les propriétaires de résidences secondaires représentent 25% des répondants. Cette catégorie de répondants est donc sur représentée par rapport à une saison classique (8% en H20).

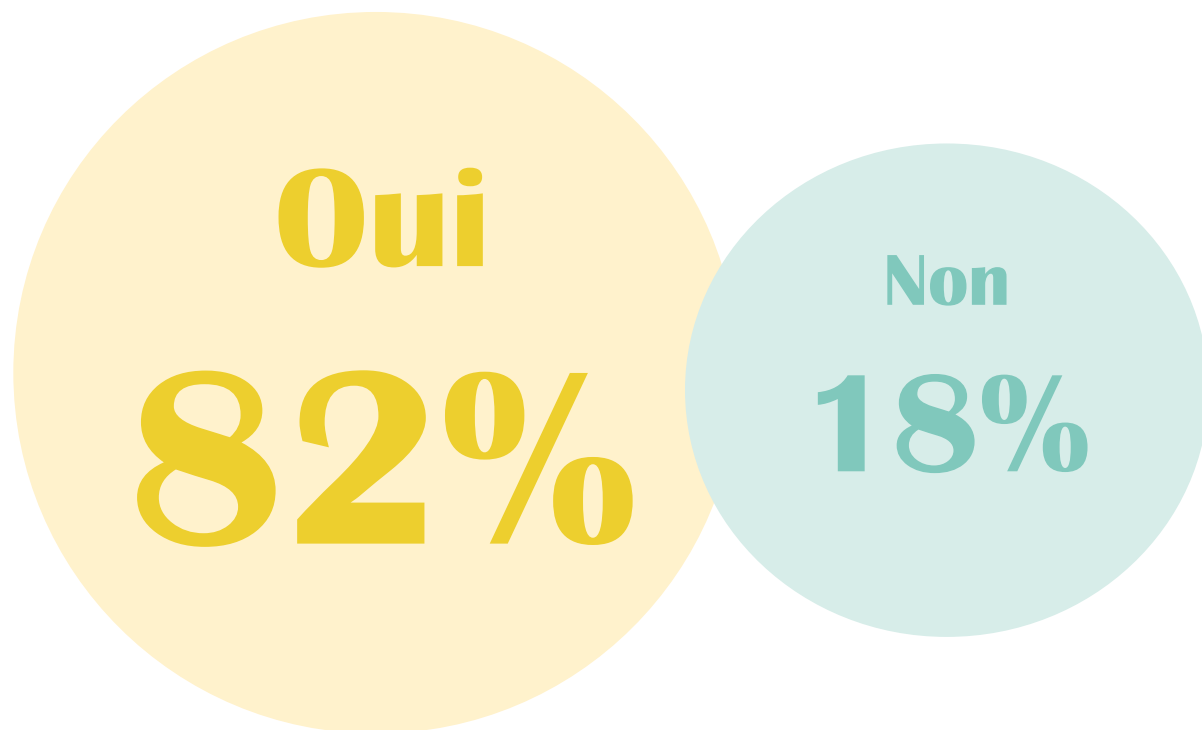
Toutefois, nous observons peu de différences significatives sur les réponses des propriétaires et le reste des répondants c'est pourquoi nous ne ferons pas d'analyses spécifiques sur les propriétaires.



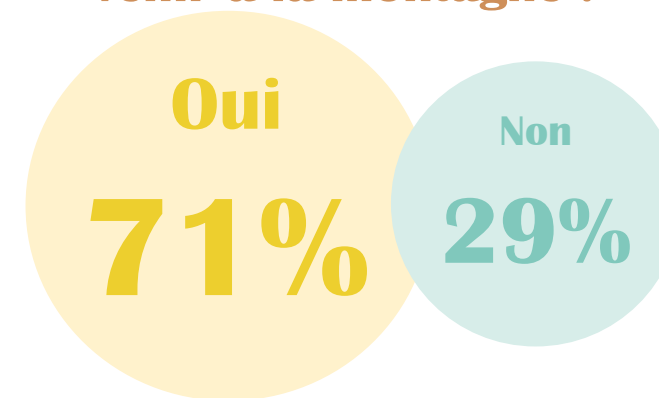
Les résultats

Pour commencer...

Avez-vous effectué un séjour à la montagne durant cet hiver 2020/2021 ?



Aviez-vous initialement prévu de venir à la montagne ?

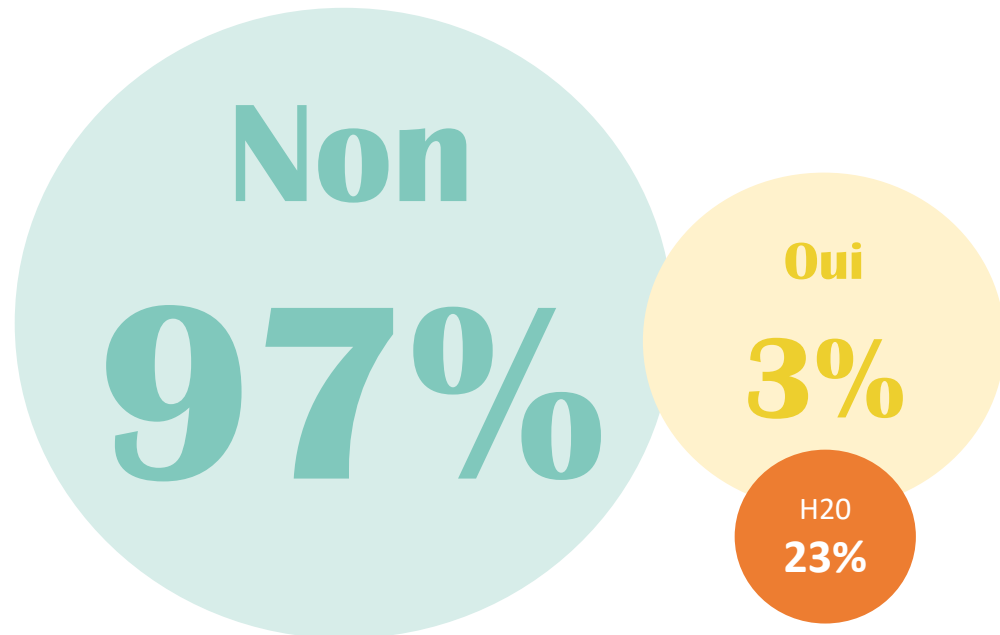


Pour quelles raisons avez-vous annulé ?

1. Pas de ski alpin possible 58%
2. Incertitude sur les décisions gouvernementales 47%
3. Des conditions de séjour peu attractives avec les contraintes sanitaires en place 42%
4. Crainte de la contamination durant mon séjour 13%
5. Autre 10%

La fidélité

Est-ce la première fois que vous venez à la montagne l'hiver ?



A quelle saison venez-vous dans les stations de montagne généralement ?



Un échantillon composé d'une clientèle

« **aficionados** »

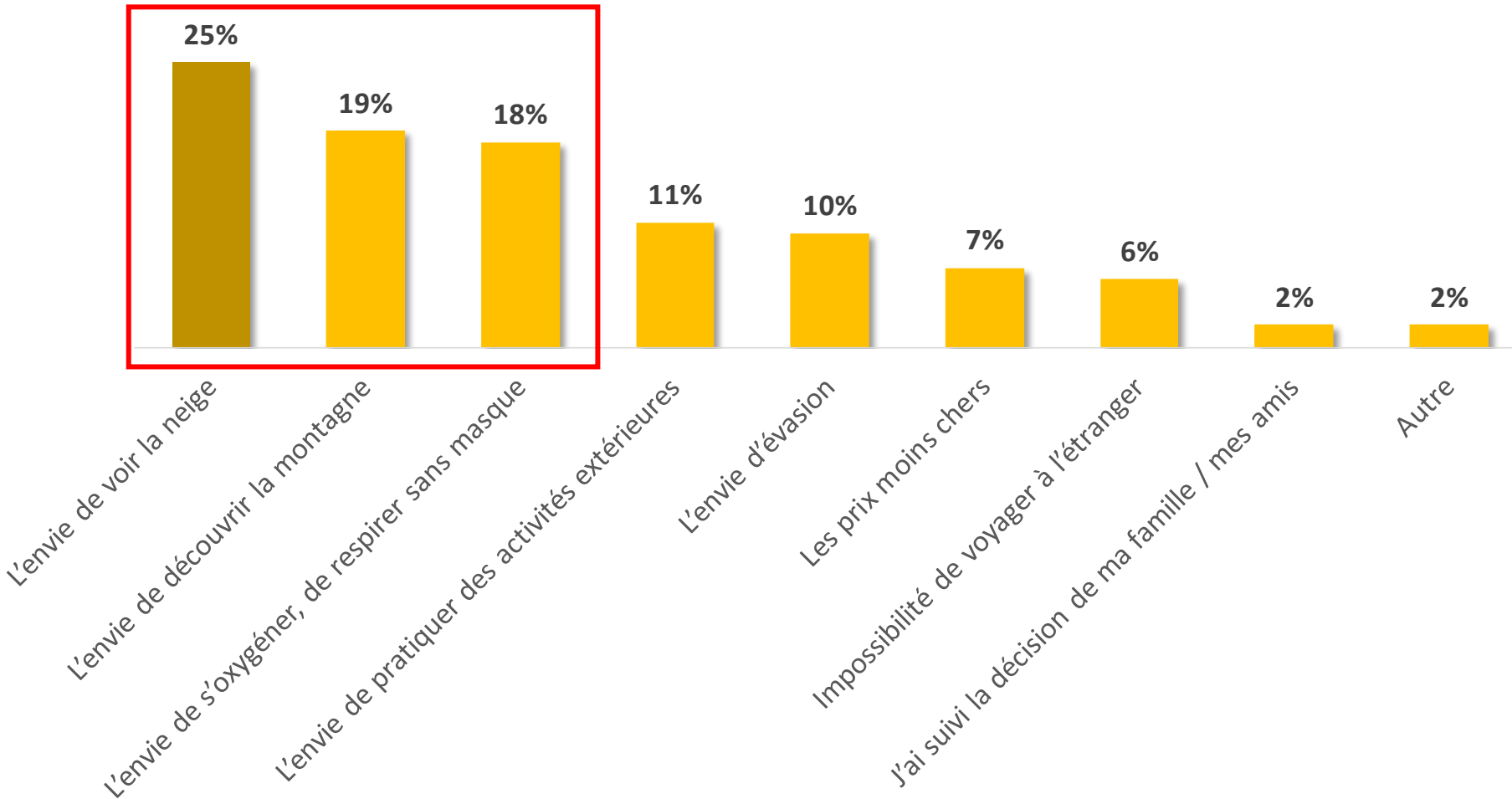
très fidèle & venant

régulièrement à la montagne en hiver et en été.

Le contexte a peu permis l'apport de « primo visiteurs »

Les primo-visiteurs

Pour quelles raisons avez-vous choisi de venir à la montagne cet hiver ?



Les nouveaux clients ont choisi la montagne pour les envies de trouver la neige, de découvrir la montagne et de respirer et s'oxygéner sans masque.

La montagne : une valeur refuge !

La montagne... et le contexte sanitaire

Votre venue à la montagne cet hiver a-t-elle été favorisée par le contexte sanitaire ?

Non pas du tout
55%

Non pas vraiment
31%

Plutôt oui
9%

Oui totalement
5%

En quoi le contexte sanitaire n'a pas influencé votre venue ?

Résidence secondaire
Séjour prévu cet hiver
Habitudes de vacances
Autres activités possibles
Besoin d'air, changement d'air

En quoi le contexte sanitaire a-t-il favorisé votre venue ?

Besoin d'air, changement d'air
Moins de monde
Grands espaces
Activités
Impossible de voyager à l'étranger

Le contexte a peu influencé la venue en montagne cet hiver car la majorité des clients sont des habitués et avaient déjà prévu leur séjour !

Remontées mécaniques fermées

Lors de votre réservation, saviez-vous que les remontées mécaniques allaient être fermées ?

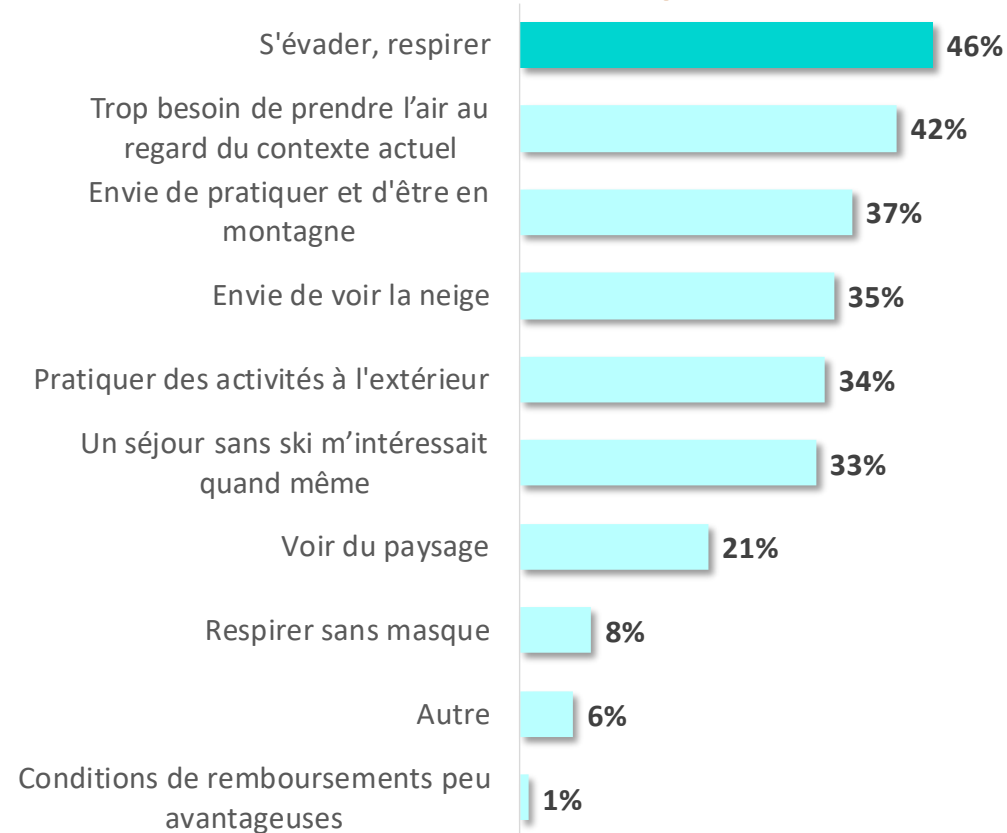
Oui

75%

Non

25%

Pour quelles raisons avez-vous maintenu votre séjour ?



Les $\frac{3}{4}$ des clients savaient que les remontées seraient fermées lors de leur réservation.

Ils ont maintenu leur séjour pour aller respirer, s'évader, prendre l'air, voir la neige...

Destination alternative ?

Avant de réserver votre séjour à la montagne, aviez-vous hésité à partir en séjour sur une autre destination que la montagne ?

Oui, pour une autre destination

6%

Non, je savais que je voulais partir en montagne

94%

Pour quelle destination ?

47% à la mer
37% à l'étranger
9% à la campagne
4% Autre
2% en ville

Pour quelles raisons avez-vous finalement choisi la destination montagne ?

Envie de voir la neige
Activités proposées
Envie des enfants
Météo
Proximité

La grande majorité des clients avaient prévu de partir à la montagne cet hiver !

Les critères de choix

Vos critères de choix ont-ils changé par rapport à votre choix initial ?

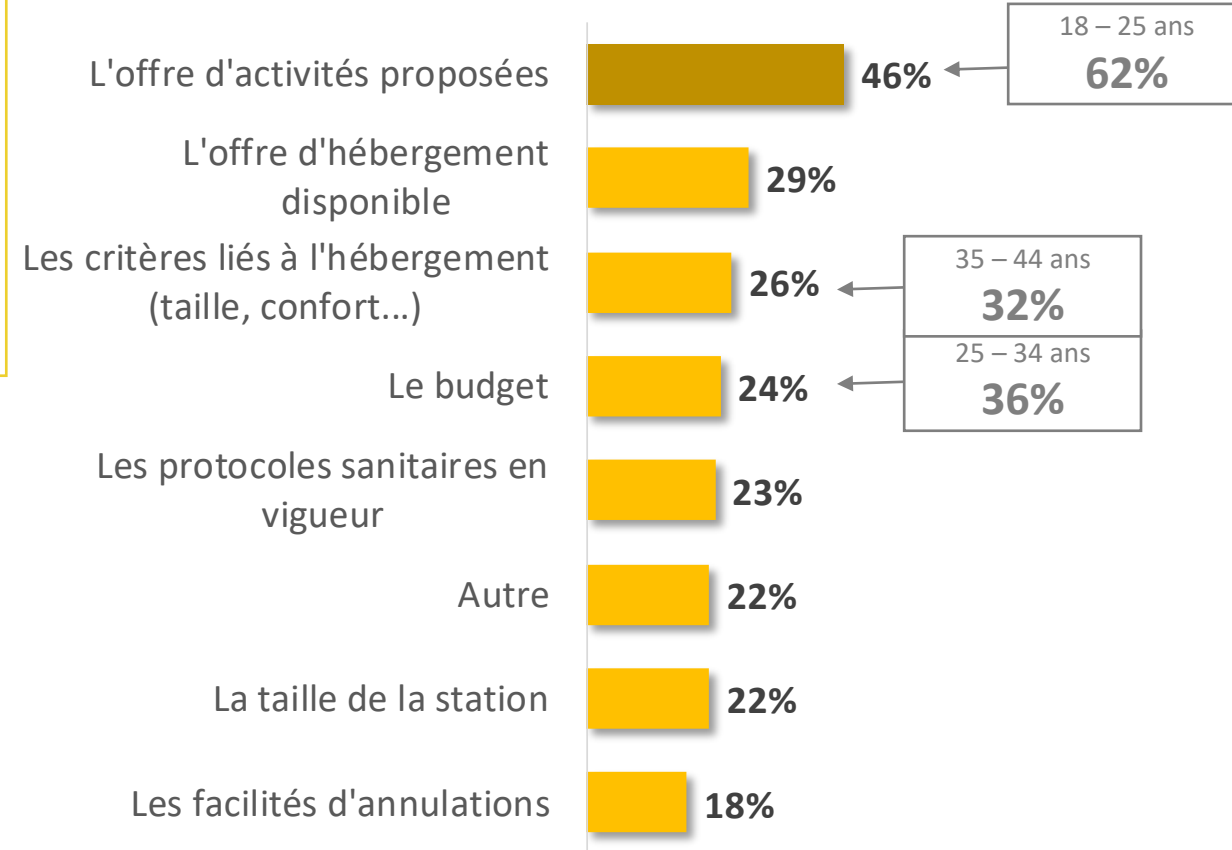
Non

90%

Oui

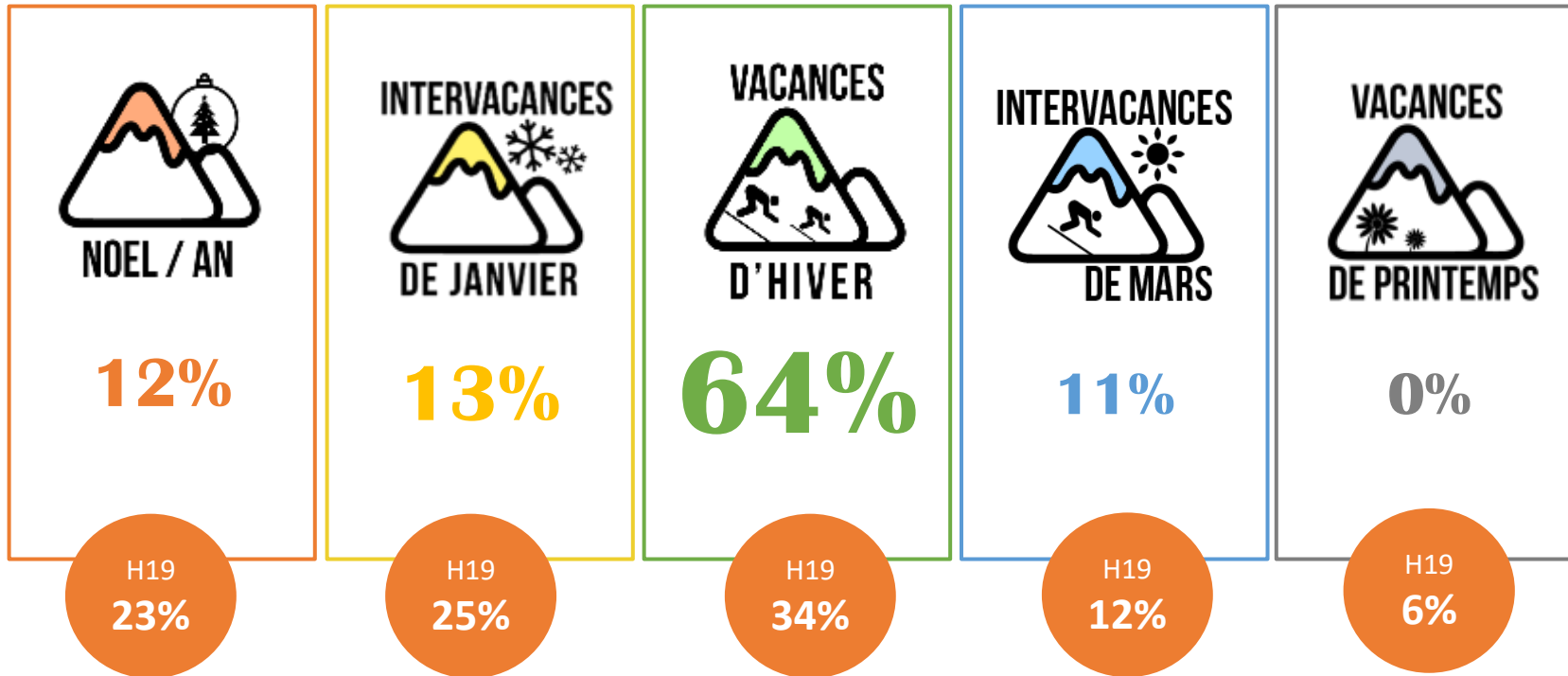
10%

Quels ont été les critères qui ont prévalu dans votre choix ?



Date du séjour

Quand s'est déroulé votre séjour ?



Pour rappel la période d'enquête du 8 au 23 mars limite le volume de réponses sur l'intervacances de mars.

De plus, le confinement déclaré au 6 avril a stoppé la fréquentation pour les vacances de printemps.

Les périodes de séjour sont corrélées aux annonces gouvernementales :

- Un faible poids des fêtes de fin d'année en lien avec la limitation des déplacements et les regroupements limités à 6 personnes.
- Sur janvier l'incertitude prédominait.
- Sur les vacances d'hiver le gouvernement « incitait » au départ au bon air de la montagne, même sans les remontées mécaniques ouvertes.

Délai de réservation

Quand avez-vous effectué votre réservation ?

Plus de 2
mois avant le
départ

48%

H20
45%

De 1 à 2 mois
avant le
départ

12%

H20
15%

Entre 15
jours et 1
mois avant le
départ

20%

H20
26%

Dans la
semaine
précédent le
départ

20%

H20
14%

Les réservations de dernière minute ont été importantes en lien avec le contexte sanitaire.

La forte anticipation s'explique ici par la sur représentation des propriétaires de résidences secondaires.

Durée du séjour

Combien de nuits avez-vous séjourné ?

H20
6,1
nuits

7,2
nuits

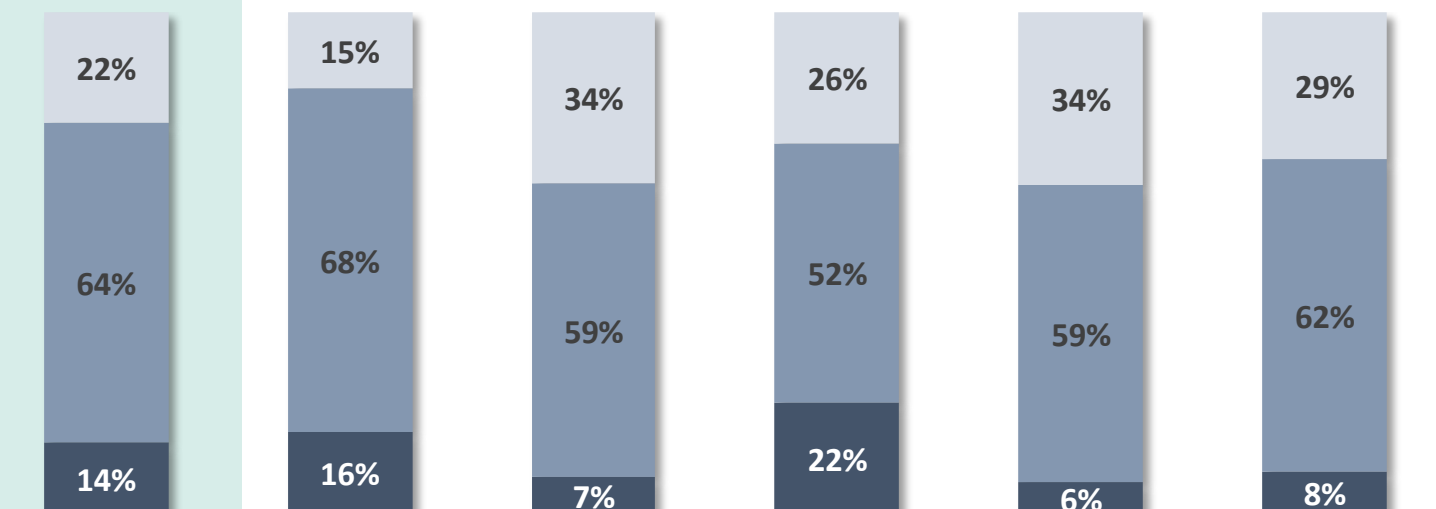
7,7
nuits

6,2
nuits

7,9
nuits

6,1
nuits

6,3
nuits



Tous massifs
confondus

Alpes du Nord

Pyrénées

Alpes du Sud

Massif Central

Vosges / Jura

■ Courts séjours
(moins de 6
nuits)

■ Séjours semaine
(entre 6 et 8
nuits)

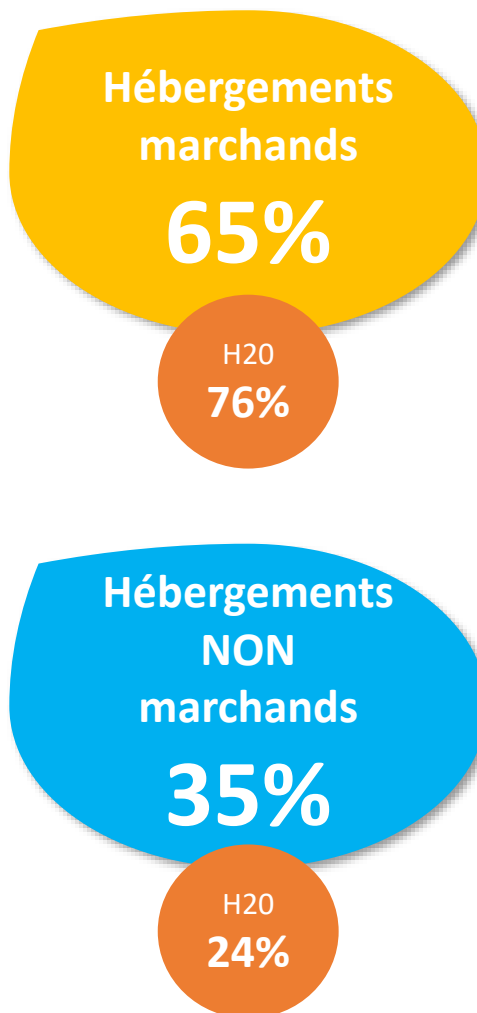
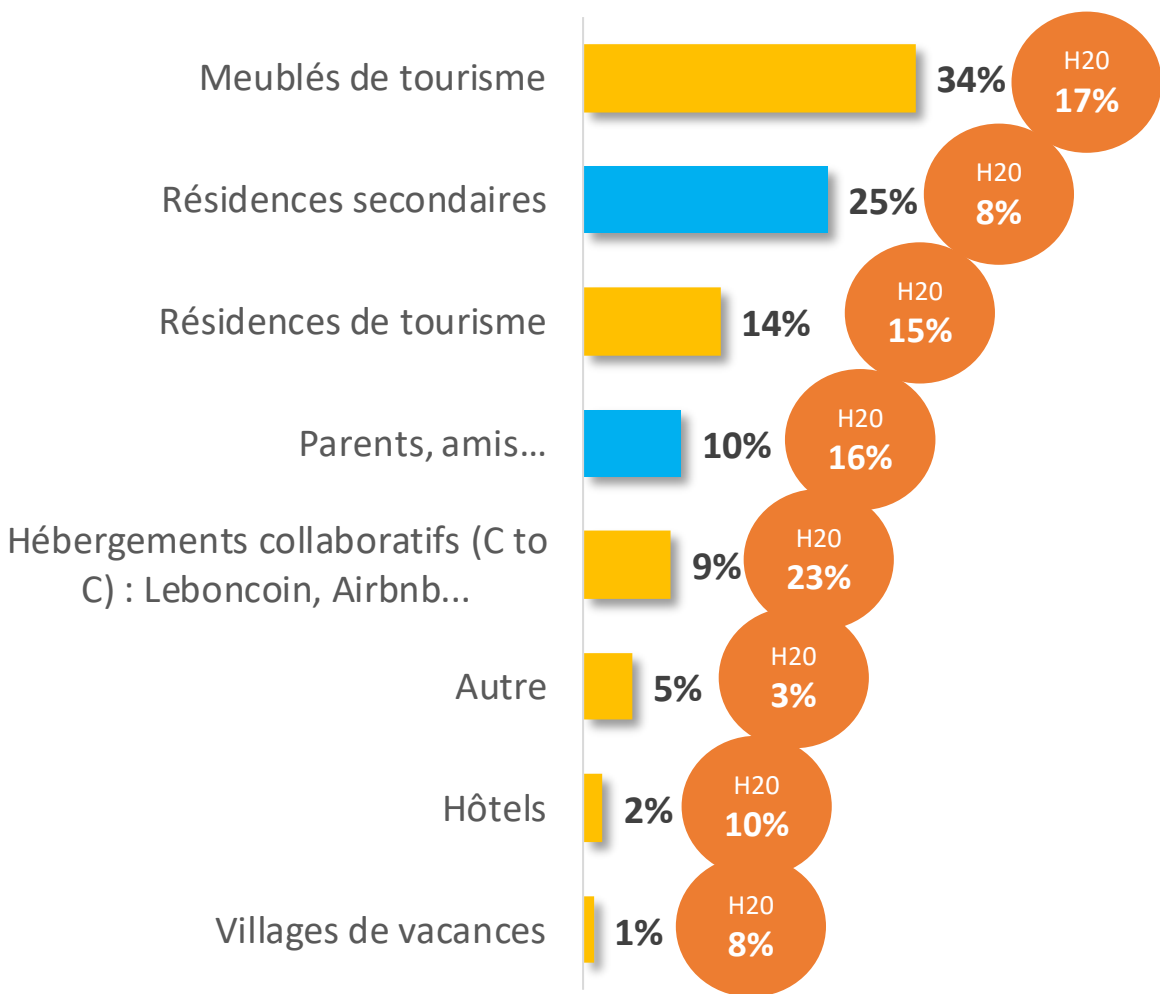
■ Longs séjour
(plus de 8 nuits)

En moyenne, un séjour cet hiver a duré 7,2 nuits, en lien avec le poids importants des résidents secondaires.

Une durée de séjour plus longue dans les Alpes.

Type d'hébergement

Dans quel type d'hébergement avez-vous logé ?

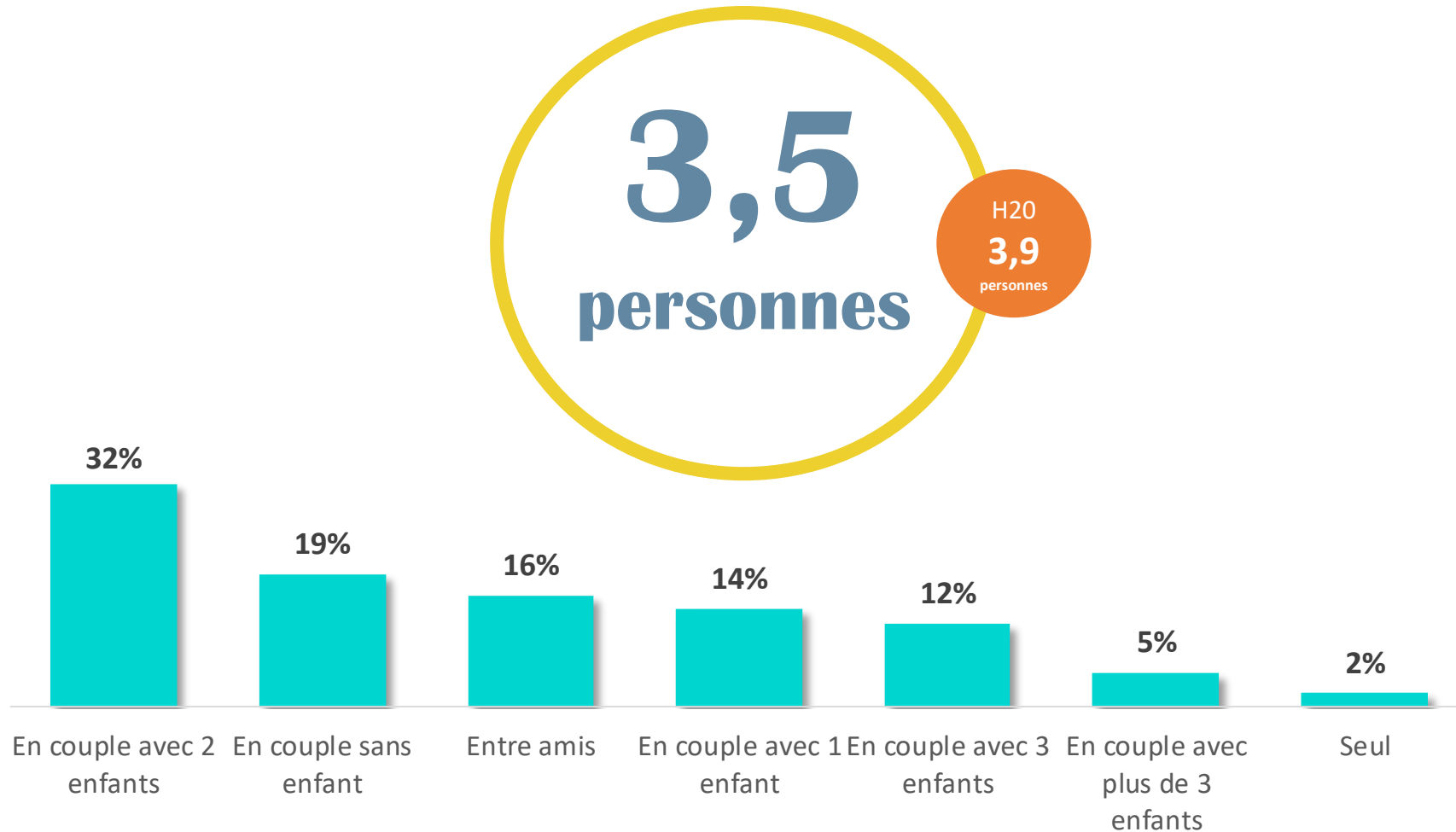


Une part de réservations non marchandes plus importante cet hiver marquée principalement par la plus forte proportion de propriétaires de résidences secondaires.

Des hébergements avec services « collectifs » qui ont particulièrement souffert.

La « tribu de voyage »

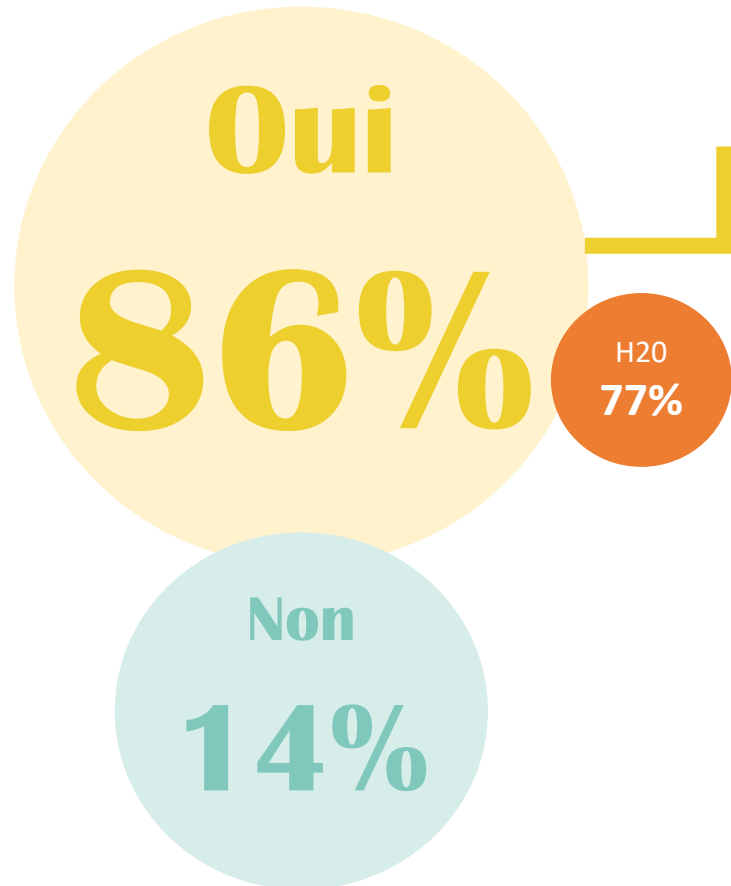
Quelle était la taille de votre groupe de voyage ?



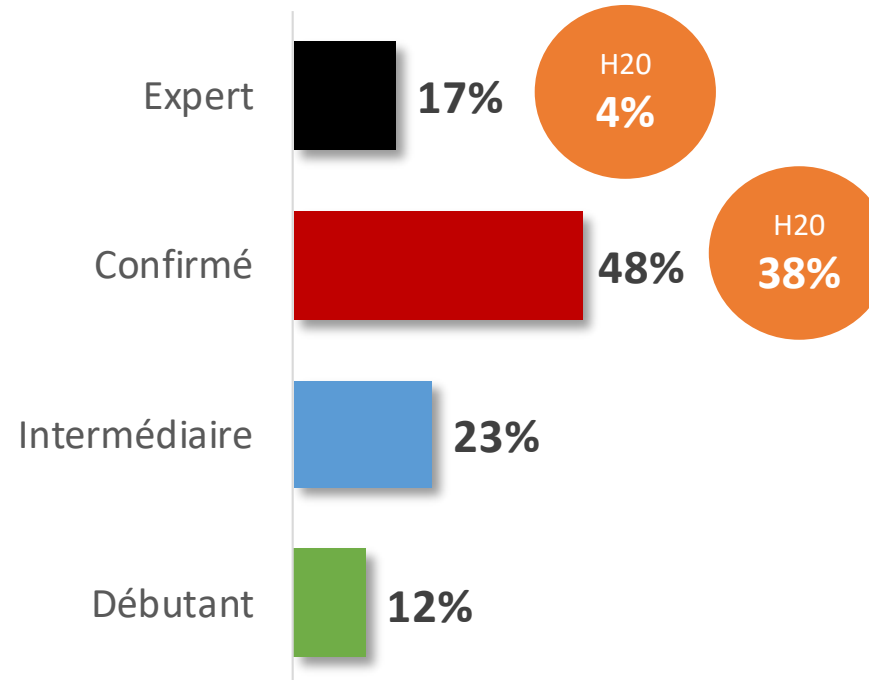
En moyenne, une tribu de voyage est composée d'environ 3,5 personnes cet hiver, semblable à un hiver « standard ».

Les activités : skieurs & niveau

Habituellement, êtes-vous, vous-même, pratiquant de ski alpin ?



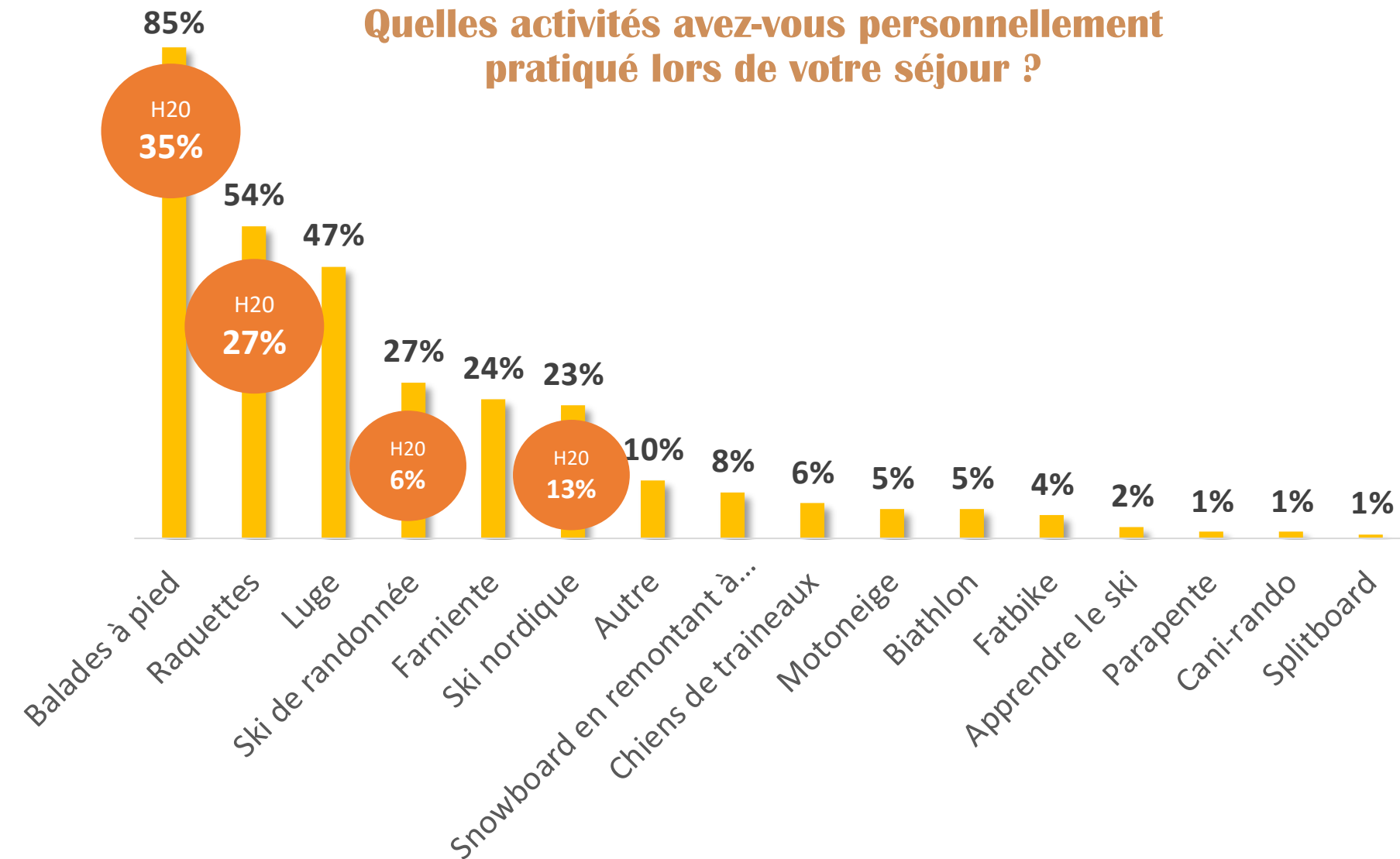
Quel est votre niveau de ski ?



Cet hiver, la montagne a accueilli une forte part de clientèle skieuse, de bon niveau ... en lien avec le caractère « aficionados » de cet hiver.

Les activités pratiquées

Quelles activités avez-vous personnellement pratiqué lors de votre séjour ?



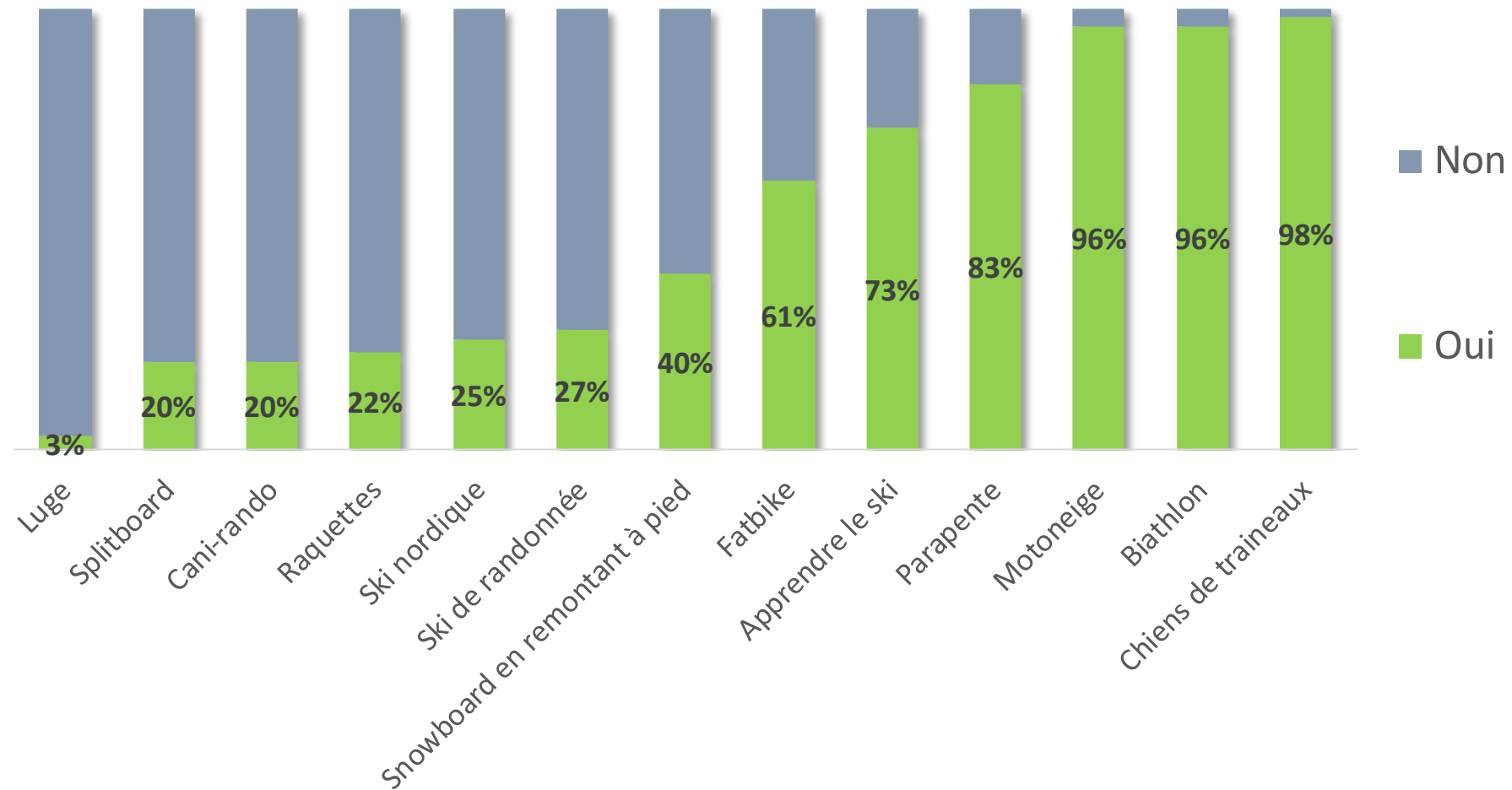
La balade à pied se démarque et devient l'activité principale pratiquée cet hiver !

Plus d'un client sur 2 a également fait des raquettes. La luge est également grande gagnante.

Et la clientèle a davantage pratiqué le ski de rando (27%) que le ski nordique (23%)

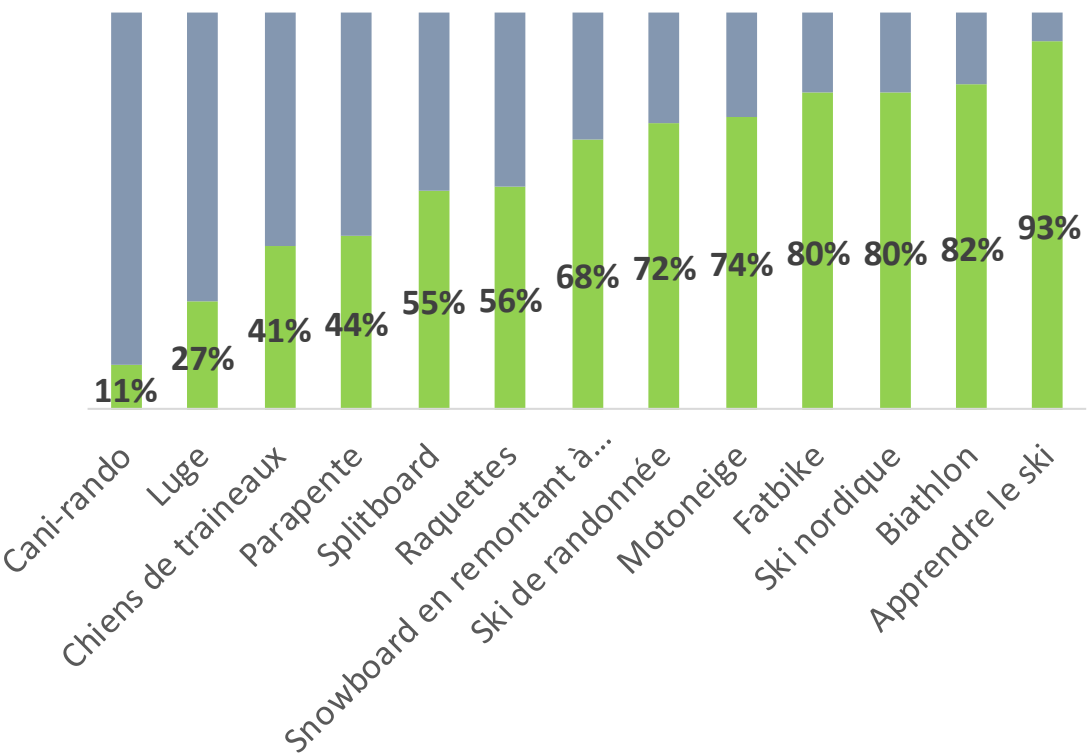
Les activités : accompagnées ?

Ces activités étaient-elles accompagnées par un professionnel de la montagne ?

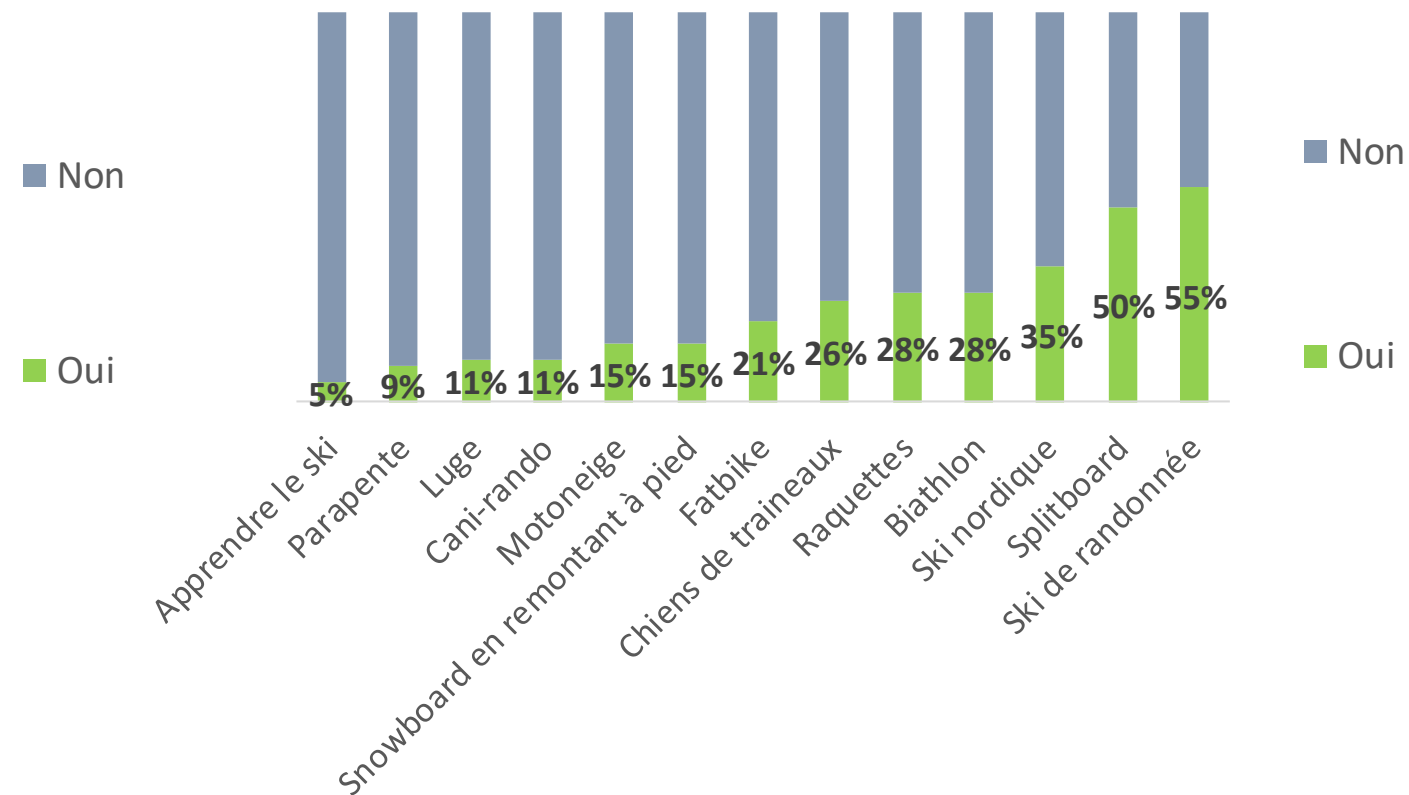


Les activités : la location du matériel

Avez-vous dû louer du matériel pour pratiquer ces activités ?

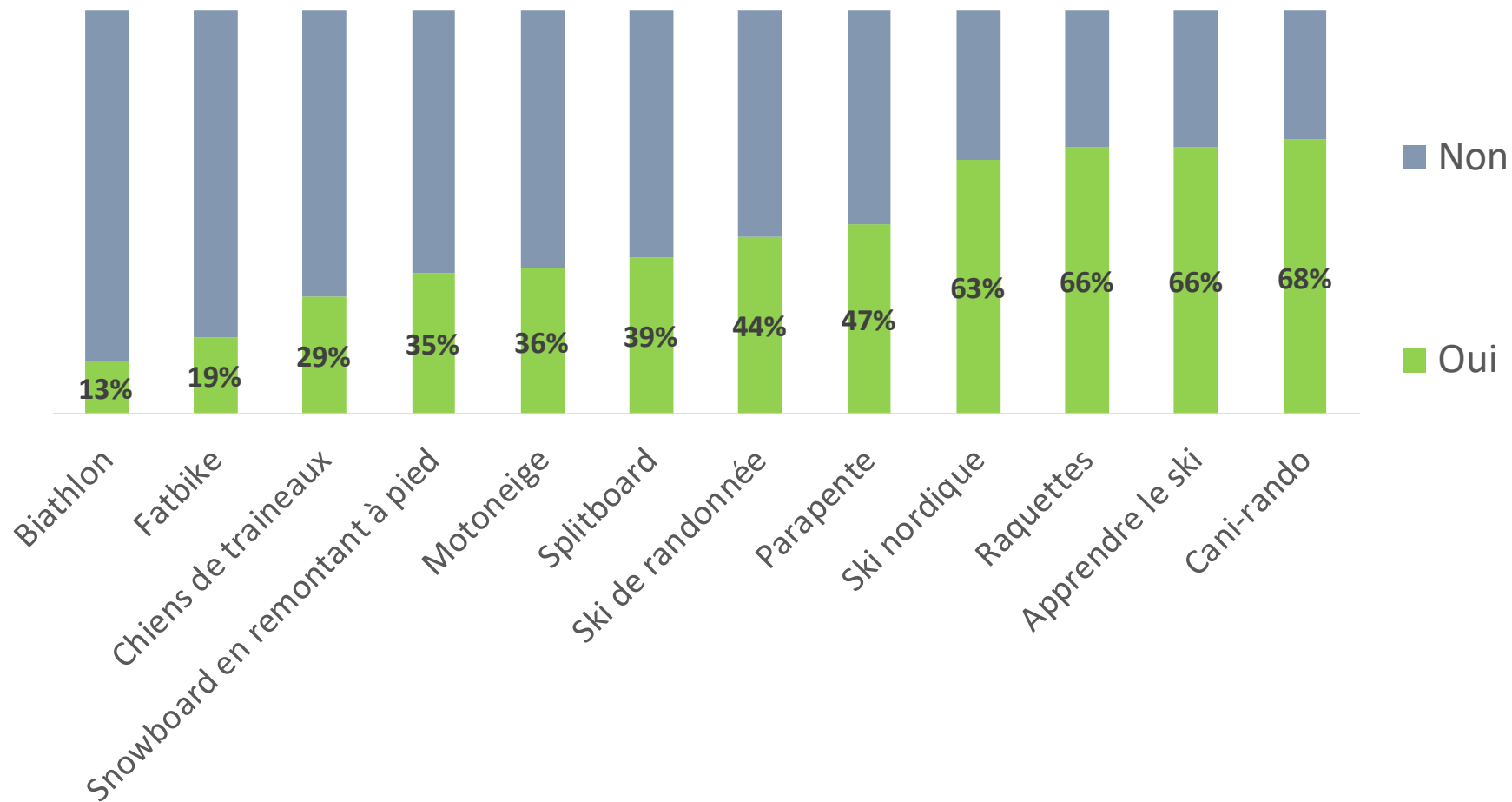


Avez-vous rencontré des difficultés d'approvisionnement pour louer le matériel ?



Les activités : primo pratiquants

Aviez-vous déjà pratiqué ces activités auparavant ?



De nombreuses activités n'ont jamais été pratiquées auparavant. Cet hiver a permis de faire découvrir de multiples activités !

Les activités : bonne ou mauvaise expérience ?

Concernant ces activités pratiquées, cela a-t-il été une bonne expérience ?

Non pas du tout
1%

Non pas vraiment
2%

Plutôt oui
27%

Oui totalement
70%

Trop de monde, pas de matériel disponible

Peu d'entretien des pistes

Peu d'intérêt

Mauvaise organisation

Découverte (lieux, paysages, activités)

Autre vision de la montagne l'hiver

Appréciation des enfants, pour toute la famille

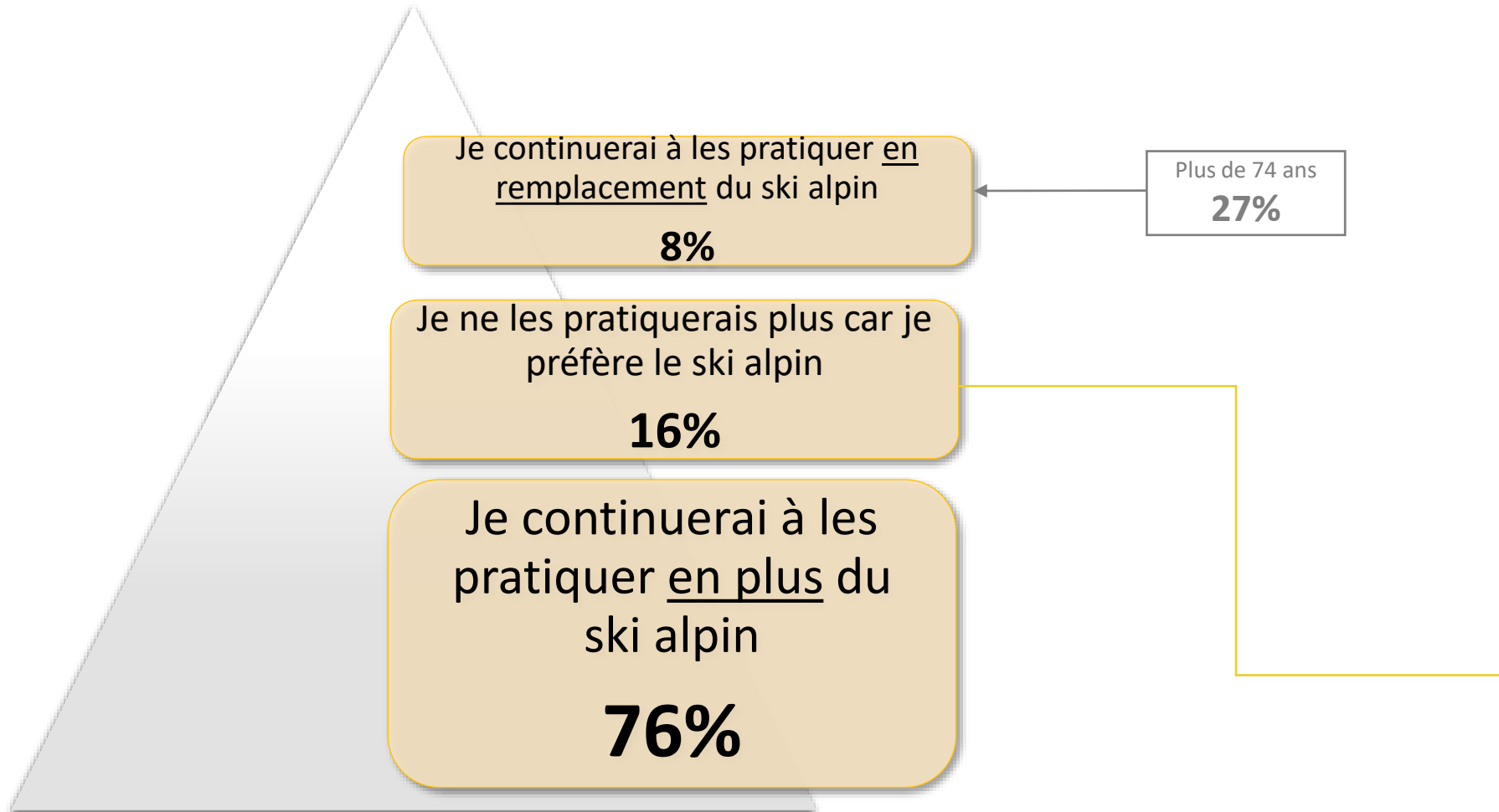
Moins de monde

De très bonnes expériences partagées grâce à ces « nouvelles » activités !

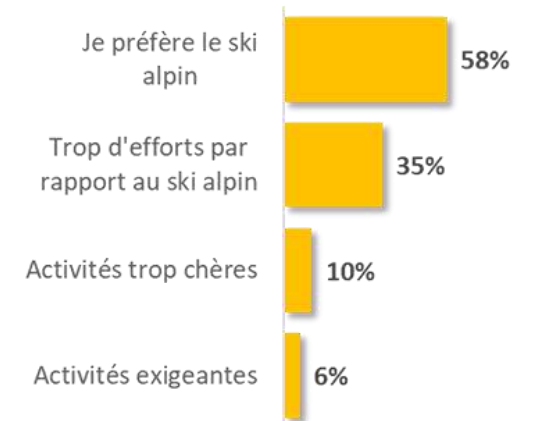
Une « autre vision » de la montagne : douce, moins de monde, en famille.

Les activités : et la suite ?

Diriez-vous que ces activités pratiquées cet hiver ?



Pour quelles raisons ?



Le budget total (tous profils confondus)

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

TOUS MASSIFS CONFONDUS

1303€

56€
/ jour
/ personne

H20
76€

H20
1537€

ALPES DU
NORD

1514€

61€
/ jour
/ personne

H20
1698€

ALPES DU
SUD

1061€

45€
/ jour
/ personne

H20
1530€

VOSGES /
JURA

1089€

55€
/ jour
/ personne

H20
1487€

PYRENEES

1025€

50€
/ jour
/ personne

H20
1278€

MASSIF
CENTRAL

920€

46€
/ jour
/ personne

H20
1219€

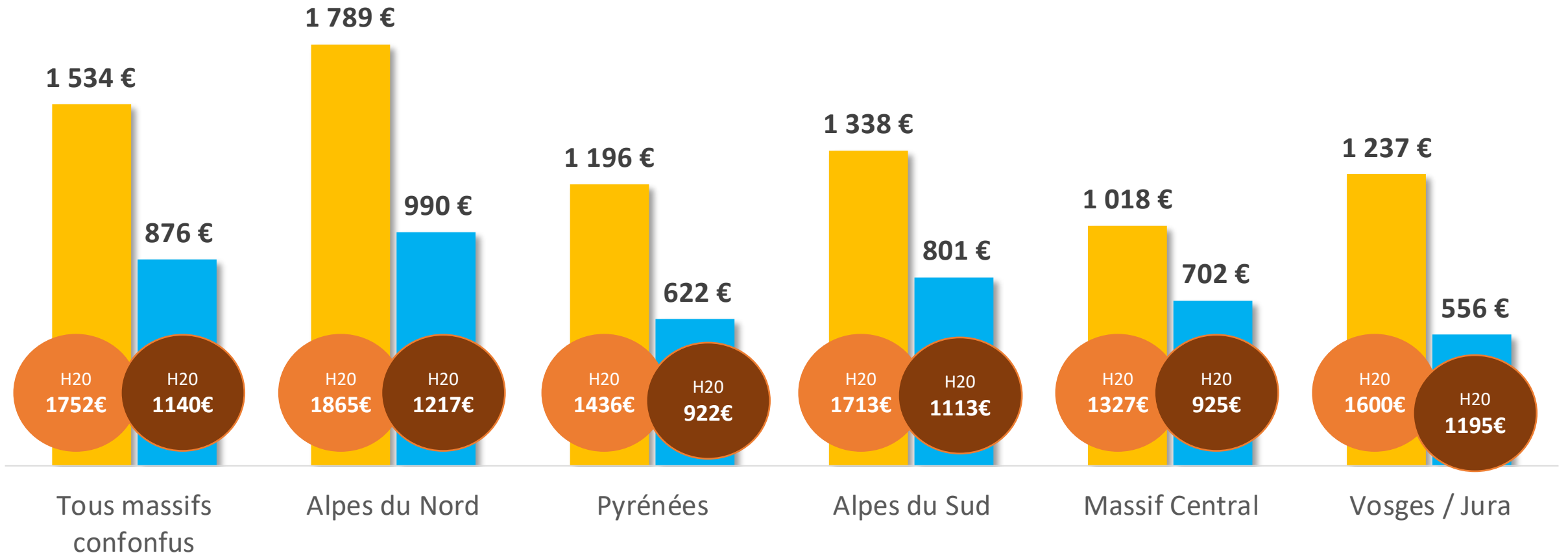
Par rapport à un hiver « normal » le budget du séjour est plus faible avec une taille de tribu similaire et une durée de séjour plus longue.

Le niveau de dépenses est plus faible et le nombre de clients est bien inférieur à un hiver « normal ».

Le budget total (marchand / non marchand)

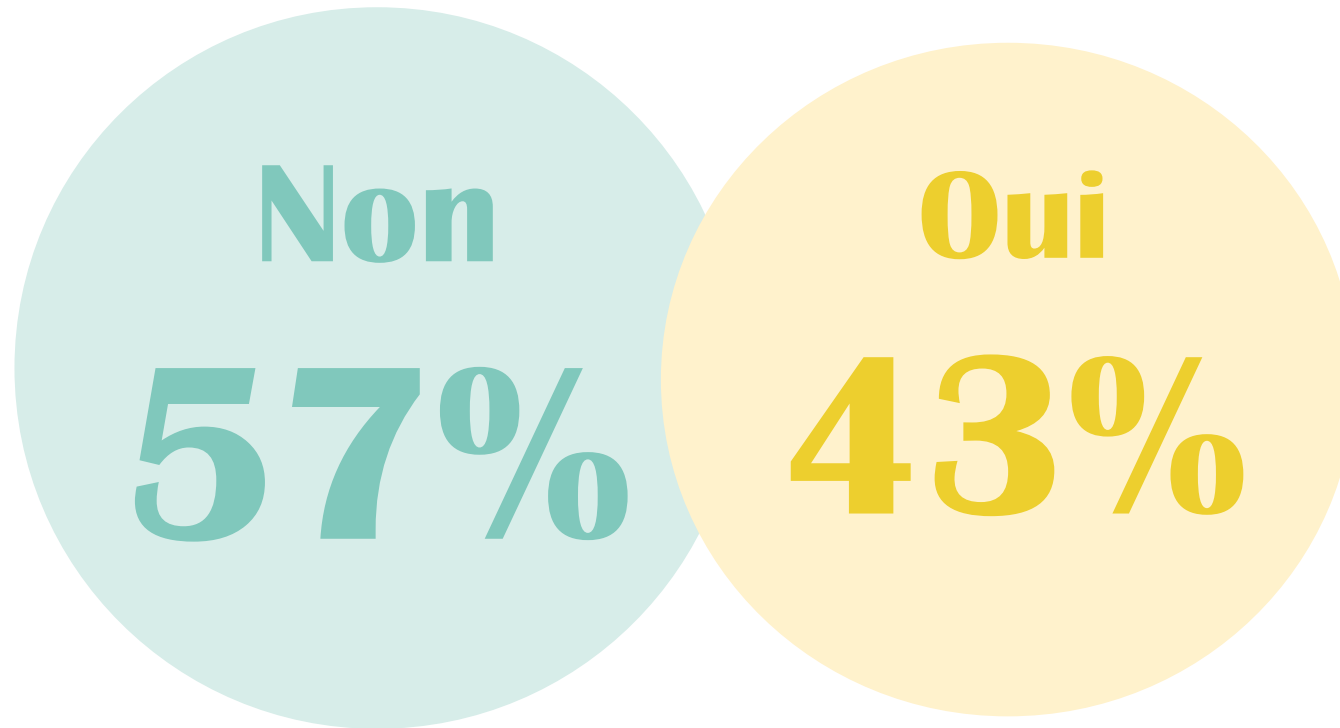
Pouvez-vous évaluer le budget total
dépensé pendant ce séjour ?

■ Marchand ■ Non marchand



Le budget : augmentation ?

Seriez-vous prêt à l'avenir, à augmenter votre budget pour une offre de qualité supérieure et/ou plus facilement disponible ?



Près de la moitié des clients seraient prêts à augmenter leur budget pour une qualité de service supérieure et/ou plus facilement disponible.

La satisfaction globale

Sur une échelle de 0 à 10, quel est votre niveau de satisfaction de votre séjour au global ?

TOUS MASSIFS
CONFONDUS

8,2_{/10}

H20
8,2_{/10}

MASSIF
CENTRAL

8,4_{/10}

ALPES DU
NORD

8,3_{/10}

VOSGES /
JURA

8,3_{/10}

ALPES DU
SUD

8,1_{/10}

PYRENEES

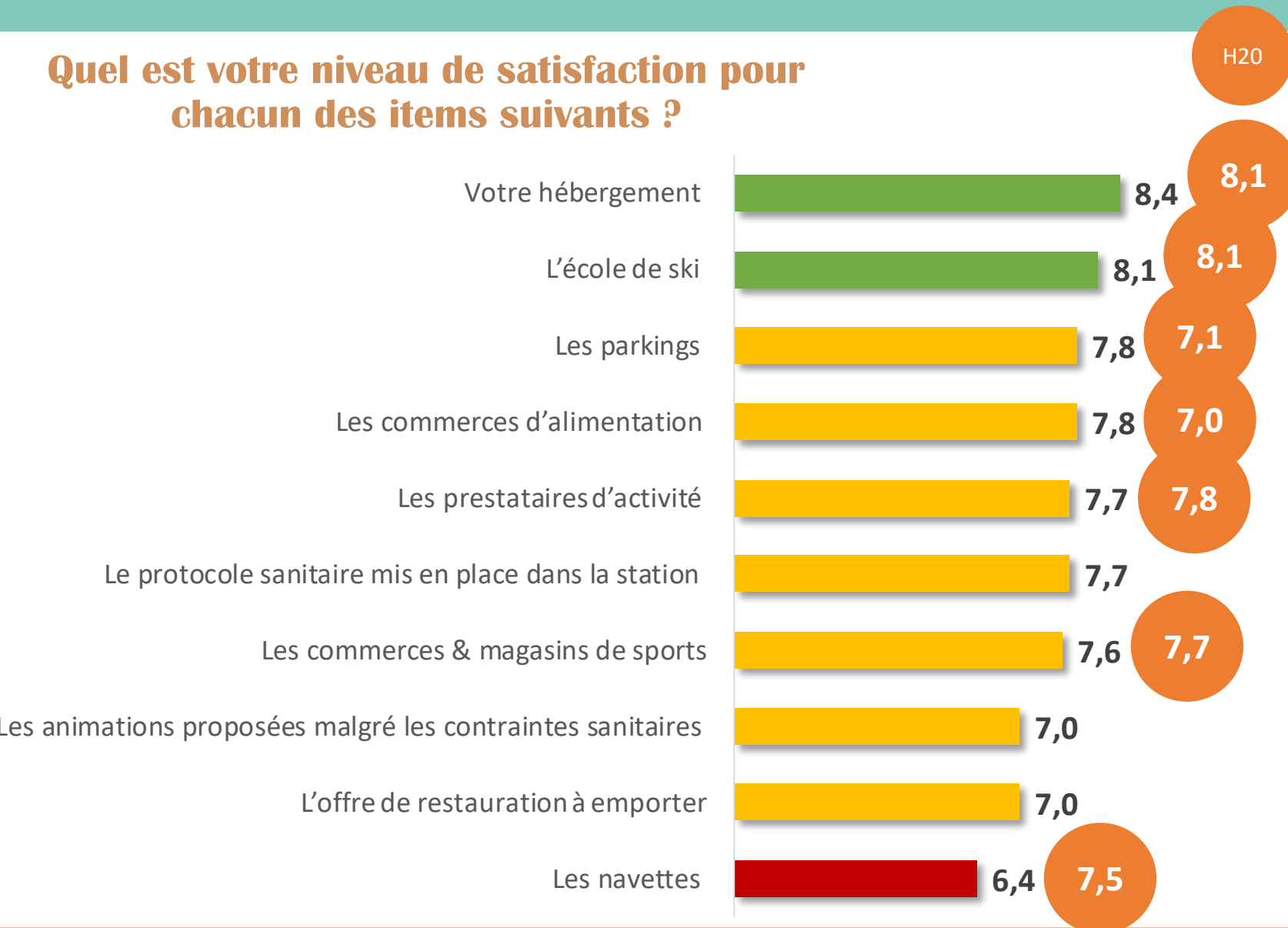
8,0_{/10}

Une belle note
de satisfaction
globale séjour !

...identique à
l'hiver passé.

La satisfaction par critère

Quel est votre niveau de satisfaction pour chacun des items suivants ?



L'hébergement et l'école de ski obtiennent les meilleurs taux de satisfaction cet hiver.

Des problématiques « navettes » ont pesé sur la satisfaction client cet hiver.

Quelques suggestions...

Quelles suggestions feriez-vous afin d'améliorer votre séjour ?

LES ACTIVITES / MATERIEL

"Plus d'activités de glisse et pour les activités présentes plus de créneaux (chiens de traîneau)"

"Améliorer l'information et l'organisation des diverses activités et animations "

"Les stations doivent développer la culture montagne sans remontées mécaniques et entretenir un fond d'activité sur cette thématique."

"Proposer plus d'activités pour les enfants avec un plus grand nombre d'enfants par activité"

"Étoffer les offres de service et surtout les activités "

LES NAVETTES

"Des navettes mieux équilibrées et plus nombreuses"

"Restaurer un minimum de navettes surtout en période de vacances car gros problèmes de stationnement "

"proposer plus de navettes afin de faciliter les déplacements entre villages sans prendre la voiture"

"Plus de navettes pour éviter les bousculades "

LES ANIMATIONS

"un peu plus d'animations en station à partager avec les enfants "

"Améliorer les animations pour dynamiser cette station "

"faire des animations matin et après midi avec plus de places"

LES RESTAURANTS

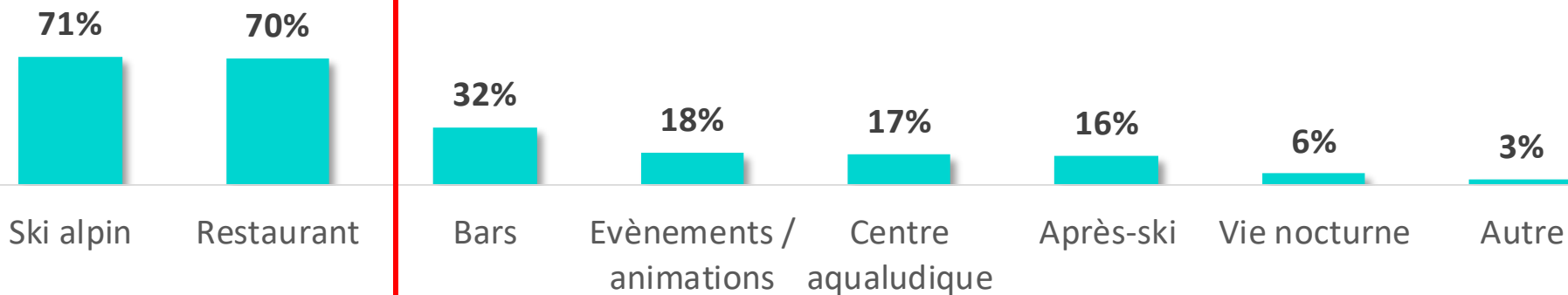
"Davantage de restauration à emporter"

"Rien c'était parfait. Un peu plus d'offre à emporter pratique pour les repas du soir. "

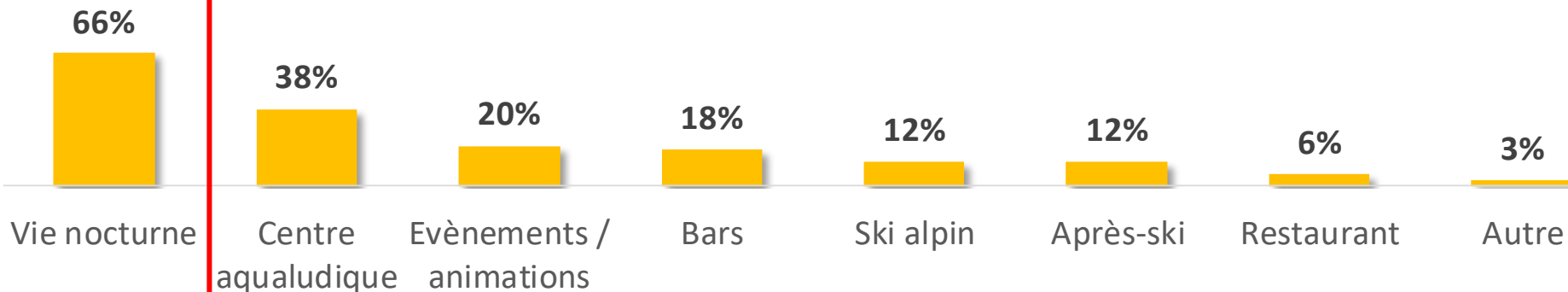
"Une meilleure connaissance de l'offre de restauration "A emporter"".

Le plus & le moins manqué

Qu'est-ce qui vous a LE PLUS manqué ?



Qu'est-ce qui vous a LE MOINS manqué ?



Le ski alpin a fortement manqué pendant le séjour des clients cet hiver, au même niveau que les restaurants.

A l'inverse, la vie nocturne est l'élément qui a le moins manqué.

Le meilleur & le moins bon souvenir



Quel est votre **meilleur** souvenir pour ces dernières vacances ?

EN FAMILLE

- "De bons moments de partage en famille"*
- "Vacances en famille différentes mais ludiques "*
- "Retrouver sa famille pendant cette période"*

A LA NEIGE

- "D'avoir vu la neige, marché dans la neige et changé nos esprits"*
- "Les yeux de mes petits enfants devant la neige"*
- "C'est la hauteur de neige, un hiver remarquable"*

LES ACTIVITES

- "La pratique d' activités de montagne variées !"*
- "mes enfants heureux de découvrir d'autres activités"*
- "d'avoir fait d'autre activité par apport aux autres saisons d'hiver "*

LES PAYSAGES, LA MONTAGNE

- "Superbe paysage et belles images en photos et dans nos têtes "*
- "le vivre autrement dans un paysage calme et de ressourcement "*
- "La vue la beauté des montagnes "*



Quel est votre **moins bon** souvenir pour ces dernières vacances ?

PAS DE SKI ALPIN / REMONTEES MECANIQUES

- "Ne pas pouvoir pratiquer le ski alpin"*
- "Remontées mécaniques fermées"*

NAVETTES / PARKING

- "Prendre la navette sur bondée en période de Covid"*
- "pas assez de navettes pour faire les rotations"*

COUVRE FEU

- "Le couvre feu qui a entraîné une très forte affluence aux mêmes heures sur la route des trajets aller et retour."*
- "Le vie inexistante a cause du couvre feu à 18h"*

PAS DE RESTAURANTS, COMMERCES

- "triste de voir les restaurants fermés"*
- "Les commerces ferment trop tôt"*

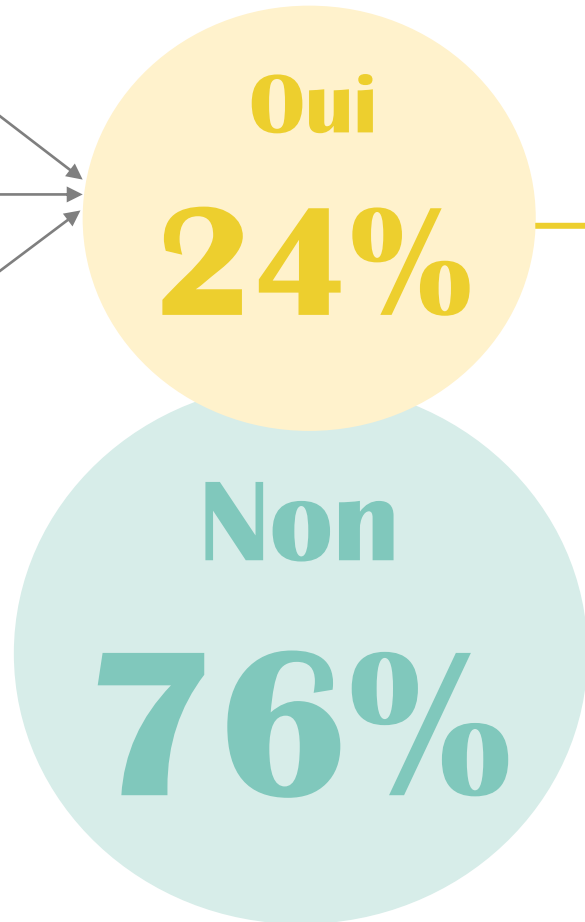
PRIX

- "Prix élevé pour certaines prestations "*
- "Les prix de la nourriture et des matériels de location "*

Et si c'était à refaire...

Cette expérience a-t-elle changé votre vision de la montagne l'hiver ?

Revenu +++	28%
Origine IDF	30%
Moins de 25 ans	34%



De quelle façon ?



Pour **1 client sur 4** l'expérience de cet hiver particulier a **changé de manière positive la vision de la montagne!**

En synthèse

Cet hiver a accueilli une clientèle française **d'aficionados** de la montagne : **97%** sont déjà venus auparavant, pratiquant le ski alpin habituellement avec un (très) bon niveau. La forte proportion de propriétaires de résidences secondaires (**25%**) explique pour partie ces résultats mais pas uniquement car **2 clients sur 3 étaient issus du secteur marchand**.

Si la baisse de fréquentation est malheureusement incontestable, les clients venus en 2021 avaient une vraie volonté de venir à la montagne malgré les contraintes de séjour liées au contexte sanitaire. Différentes envies ont motivé les clients pour venir : **respirer** l'air frais, voir la **neige**, **découvrir** la montagne autrement, **être en famille**. La montagne 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 (centre aqualudique...) a incité la clientèle à **découvrir ou redécouvrir** une diversité **d'activités** qui se sont révélées être **de belles expériences pour 97% d'entre elles**.

A l'avenir, la clientèle a l'intention de **pratiquer** ces activités découvertes ou redécouvertes, **en plus du ski alpin pour 76%** de la clientèle interrogée.

Le budget consacré au séjour est en moyenne en baisse de 15% par rapport à un séjour classique. Le budget est **particulièrement** en baisse chez les **propriétaires** de résidences secondaires (-23% vs N-1). La baisse de budget est moins marquée sur la clientèle logeant dans le secteur marchand (-12% vs N-1).

Si la clientèle regrette, les deux grands absents de cette saison : le ski alpin et les restaurants, à part égale, la clientèle reste satisfaite de son séjour. **La satisfaction globale du séjour est identique à celle de l'hiver précédent (8,2/10)**. De belles notes de satisfaction sont affichées pour les hébergements et les écoles de ski. Le service « navette » a généré de l'insatisfaction cet hiver.

Cet hiver si particulier a **changé la vision de la montagne pour 1 client sur 4** et ce de façon positive à **93%**. La proportion d'une « nouvelle » vision est encore plus marquée sur les profils des revenus supérieurs (**28%**), des originaires de la région parisienne (**30%**) et des moins de 25 ans (**34%**).

Merci!

