

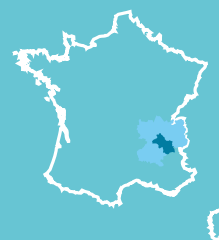
**LETTRE DE  
L'OBSERVATOIRE**

CDT  
numéro 10  
bilan hiver 2004-05  
Saison de ski réussie  
en moyenne montagne

# isère



**DESTINATION ISÈRE**





Repérez ce symbole : il vous indique que vous trouverez des informations plus détaillées et complémentaires sur notre site internet :

[www.isere-tourismepro.fr](http://www.isere-tourismepro.fr), rubrique « Observatoire »

## Fréquentation touristique hivernale

<b>Quelques repères</b>	<b>03</b>
<b>Ce qu'il faut retenir de l'hiver 2004-05</b>	<b>04 et 05</b>
<b>La fréquentation touristique en montagne</b>	<b>06 et 07</b>
<b>La fréquentation touristique à Grenoble et en « Plaine &amp; Collines »</b>	<b>08</b>
<b>L'Isère et ses voisins alpins</b>	<b>09</b>

## Satisfaction de la clientèle touristique

<b>Ce qu'il faut retenir de la satisfaction de la clientèle</b>	<b>10</b>
<b>29 critères de satisfaction passés au crible</b>	<b>11</b>
<b>En séjour dans les massifs</b>	<b>12</b>

## Profils des clientèles hivernales

<b>La clientèle française en Isère</b>	<b>13</b>
<b>La clientèle étrangère en Isère</b>	<b>14</b>

## Lexique et méthodologies

**15**

## Saison de ski réussie en moyenne montagne

La saison d'hiver 2004-05 fait suite à 3 « bons » hivers en termes d'enneigement et de recettes des activités ski alpin et nordique. A l'inverse, la fréquentation des hébergements marchands tend à se maintenir d'une saison à l'autre et ce, depuis 10 ans d'observation. Sur un marché mature et très concurrentiel, comme l'est celui des « sports d'hiver », la demande et les volumes d'activité n'augmentent plus « mécaniquement ».

Dans ce contexte, le bilan de l'hiver 2004-05 peut être qualifié de satisfaisant pour l'Isère qui a gagné une place dans le palmarès des départements les plus visités par les Français : avec 1.6 millions de séjours, il se situe désormais au 4<sup>e</sup> rang des destinations touristiques derrière la Savoie, Paris et la Haute-Savoie.

Ce résultat est en partie lié à la hausse des fréquentations sur les week-ends (courts séjours) et pendant les périodes « inter-vacances » scolaires. Egalement, la présence de la neige à toute altitude a davantage favorisé la fréquentation des « petites » stations (Chartreuse, Vercors, Sud Isère) en élargissant la palette d'offres de « produits neige » pour les clients de proximité notamment.

Ce succès relatif est encourageant puisque sur le plan national, les séjours des Français en vacances d'hiver ont accusé une légère baisse de -3% par rapport à 2003-04.

Au final, les « grands » indicateurs de l'activité touristique hivernale de l'Isère sont encourageants : +2% de nuitées, +4% de taux de remplissage, +3% de clientèles étrangères et une stabilité pour les activités « ski ».

## Quelques repères

### Conjoncture nationale : Légère hausse de la part de marché des séjours aux sports d'hiver<sup>1</sup>

- La part de marché des séjours des Français aux sports d'hiver est orientée légèrement à la hausse par rapport à celle de l'hiver dernier : 8.5% des Français ont pris la route des stations de ski au cours de l'hiver 2004-05 contre 8.3% en 2003-04.
- Un résultat plutôt « encourageant » puisque le marché des vacances d'hiver a marqué le pas affichant une baisse de -3% des séjours et de -7% des nuitées par rapport à 2003-04.
- Au global, 38% environ des Français sont partis en vacances générant près de 72 millions de séjours pour 296 millions de nuitées dont 18% à l'étranger.
- La Montagne française totalise toujours près de 19% des nuitées hivernales soit près de 55 millions de nuitées.

### Météorologie et enneigement assez perturbés...

Globalement, les CONDITIONS ATMOSPHERIQUES de cet hiver sont apparues assez dissuasives à un séjour en montagne ou à la pratique du ski notamment durant les week-ends et pendant les vacances de février : nombreuses chutes de neige à moyenne altitude et jusqu'en plaine (perturbant ainsi la praticabilité des routes), froid glacial en altitude. Elles ont toutefois permis à la moyenne montagne de bénéficier d'un bon manteau neigeux.

Le mois de mars a connu les meilleures conditions, soleil et douceur, avant le retour de la neige à Pâques.

(1) source: Enquête sur le Suivi des Déplacements Touristiques des Français âgés de +15 ans. Direction du Tourisme/Sofrès – L'hiver s'étend de novembre 2004 à avril 2005.

### L'Isère gagne une place au classement des départements touristiques<sup>1</sup>

- ☺ • La saison d'hiver 2004-05 se caractérise par un bilan plutôt satisfaisant pour l'Isère qui a gagné une place dans le palmarès des départements les plus visités par les Français : Avec 1.6 millions de séjours enregistrés cet hiver, il se situe désormais au 4ème rang des destinations touristiques derrière la Savoie (1ère avec 2.4 millions de séjours), Paris (plus de 2.2 millions de séjours) et la Haute-Savoie (3ème destination avec 1.9 millions de séjours).
- L'Isère affiche ainsi une très légère progression de son activité de l'ordre de +2% des nuitées dans un marché Français ralenti (-7% de nuitées par rapport à 2003-04). Ce résultat est en parti lié à la hausse des séjours chez « parents et amis » notamment pendant les périodes d'inter-vacances de janvier et mars.

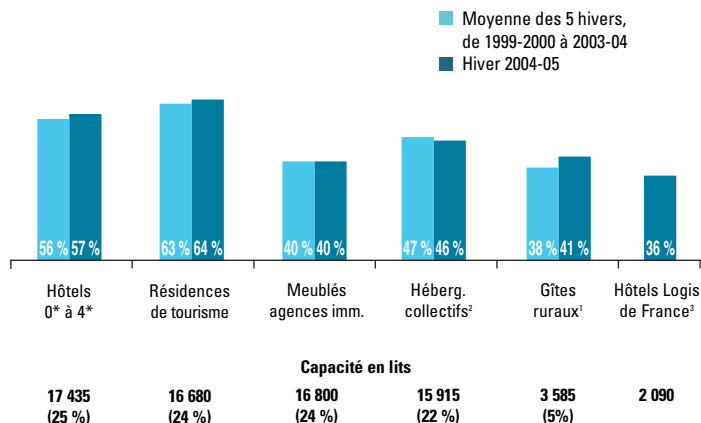
### Les chiffres clés – Isère 🇫🇷

<b>Rang de l'Isère</b> en destination touristique <sup>1</sup>	4 <sup>e</sup> département
<b>Nuitées totales</b> – Clientèle Française <sup>1</sup> par rapport à 2003-04	6,5 millions +2% ⇒
<b>Consommation touristique</b> Dépenses des clientèles touristiques en séjour	300 millions €
<b>Hébergements marchands classés</b> Capacité d'accueil totale <sup>2</sup> Capacité d'accueil enquêtée	84 400 lits 72 300 lits
<b>Taux d'occupation moyen</b> des 6 hébergements marchands par rapport à 2003-04 par rapport à la moyenne 1999-2000 à 2003-04	51% +4% ↗ +2% ⇒
<b>Dépense moyenne en montagne</b> par touriste français et par jour <sup>1</sup>	65 €
<b>Part de la clientèle étrangère en hôtellerie</b> par rapport à 2003-04	25% +3%
<b>Recette des remontées mécaniques</b> source : SNTF par rapport à 2003-04 (en euros constants)	95,7 millions € 0% ⇒
<b>Redevance du ski nordique</b> source : DSN par rapport à 2003-04 (en euros constants)	1,238 millions € +1% ⇒
<b>Activité des 50 principaux sites et musées</b> par rapport à 2003-04	590 000 visiteurs +2% ⇒

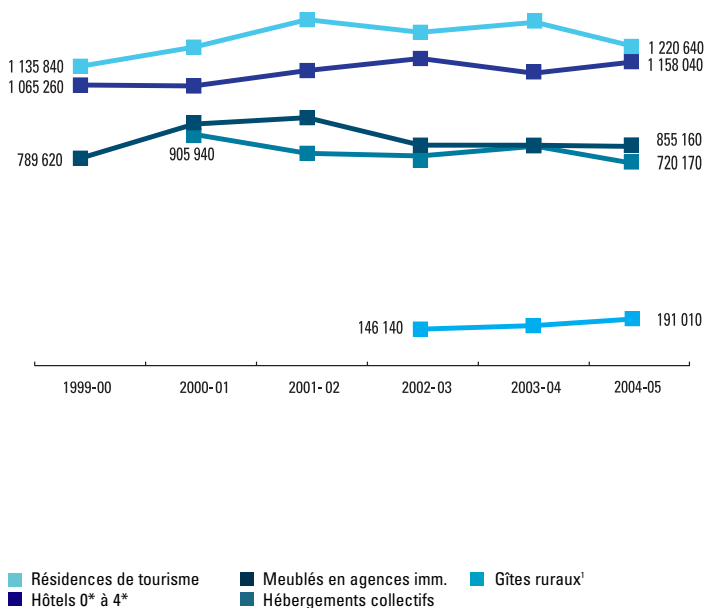
(2) hors hôtellerie de plein air

## Ce qu'il faut retenir de l'hiver 2004-05

### Performances des hébergements marchands (T.O.\*)



### Nuitées des hébergements marchands



(1) labellisés Gîtes de France ; 2 saisons d'enquête : hivers 2004 et 2005

(2) moyenne des 4 hivers 2000-01 à 2003-04

(3) 1<sup>re</sup> saison d'enquête hivernale ; Ces hôtels labellisés sont inclus dans l'étude globale des hôtels 0\* à 4\*

84 500 nuitées réalisées

\* T.O. : Taux d'Occupation, cf. lexique page 15

### L'activité des hébergements marchands

Des hébergements marchands un peu plus « performants »...

- Au cours de la saison hivernale, 51% des hébergements marchands étudiés ont été occupés, ce taux apparaît en légère hausse par rapport à 2003-04 (+4%) et à la moyenne des 5 hivers précédents (+2%).
- Toutefois, si les hôtels et les résidences de tourisme dépassent le seuil de rentabilité de 50% de remplissage, les agences immobilières, les gîtes ruraux en période hors vacances scolaires, les hôtels Logis de France, affichent de moindres performances.

#### ...mais un volume d'activité en légère baisse

- 4,1 millions de nuitées ont ainsi été réalisées dans les 6 modes d'hébergements marchands étudiés soit une baisse de -4% par rapport à la saison précédente.
- Cette érosion est principalement liée à une évolution structurelle de l'offre : la capacité d'accueil marchande connaît des mutations et notamment une perte de lits en hébergements collectifs (fermetures définitives, reconversion en appartements, restructuration des colonies en accueil de jour) et en meublés de tourisme (rurbanisation de la moyenne montagne, offre vieillissante, augmentation des « volets clos ») tandis que de nouvelles formes d'hébergements voient le jour (résidences hôtelières, hôtels transformés en appartements)

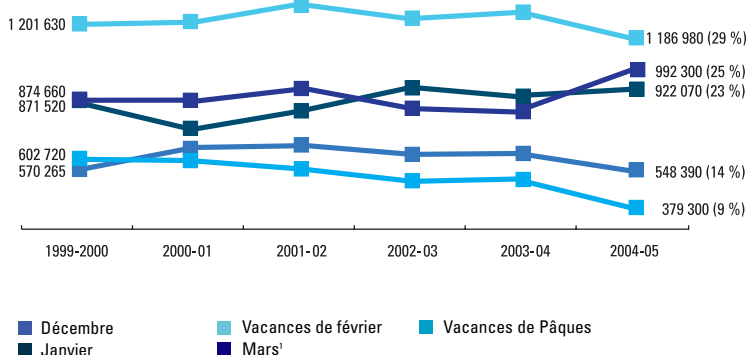
#### De bons résultats pour les hôtels face à des clients toujours plus exigeants

- La fréquentation hivernale des hôtels classés affiche une tendance à la hausse depuis une dizaine d'années. Au cours de cet hiver, 75 000 nuitées supplémentaires par rapport à 2003-04 ont été enregistrées dont 47 000 en montagne.
- Toutefois, cette progression masque un maintien voire une érosion des chiffres d'affaires. En effet, les dépenses des clients ont tendance à diminuer et se concentrent sur le coût de la nuitée tandis que les dépenses annexes (bar, mini-bar, petit déjeuner et repas, prestations et services annexes) s'érodent. Les clients ont changé leurs habitudes de « consommer » l'hôtellerie ; Ils voient en la chambre d'hôtel un prolongement de leur domicile, exigeant un niveau d'équipement et de confort au moins aussi élevé que celui de leur quotidien et expriment également de fortes attentes en matière de qualité, de services et d'accueil!

(1) Etude du Cabinet Coach Omnium, « la chambre d'hôtels vue par les clients d'hôtels » - 2005

# Fréquentation touristique hivernale

## Nuitées par période (hébergements marchands) Évolutions à champs courant



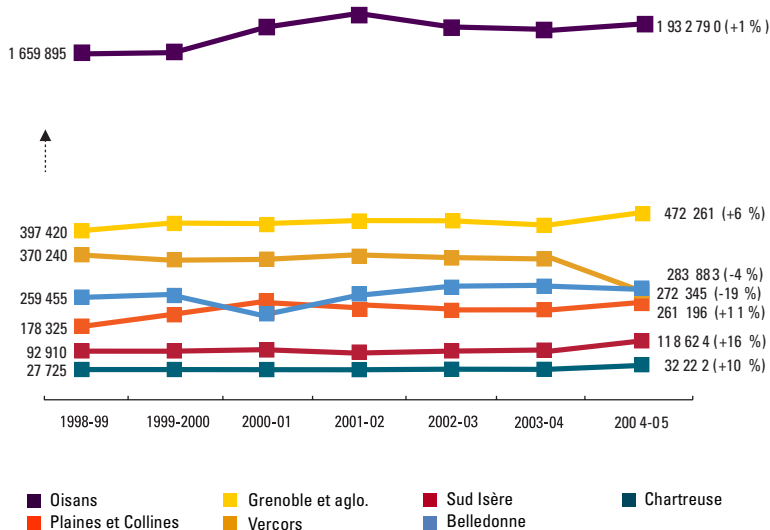
Base : hôtels, meublés en agences imm., résidences de tourisme, hébergements collectifs, gîtes ruraux en centrale de résa.

A noter : "janvier" : du 1/01 au 5/02 ; "mars" : du 5/03 au 9/04

Lecture du graphe : le chiffre entre parenthèses correspond au poids des nuitées de chaque période dans la saison hivernale

(1) En 2005, la période de mars-début avril s'étale sur 5 semaines contre 4 habituellement

## Nuitées par zone géographique (hébergements marchands)



Lecture du graphe : le chiffre entre parenthèses correspond à l'évolution des nuitées par rapport à 2004-05

## L'activité des périodes de la saison

### Nette progression des périodes « inter-vacances scolaires »

- Les périodes « inter-vacances scolaires » affichent cet hiver des hausses de fréquentation non négligeables : +3% de nuitées en hébergements marchands en janvier et +16% en mars.
- En janvier, les étrangers sont venus plus nombreux mais pour des séjours plus courts. Ce sont davantage les clientèles françaises qui sont à l'origine de la hausse de fréquentation enregistrée tant sur des séjours pour motifs professionnels que personnels (agrément).
- En mars, les Britanniques, Belges et les clientèles des pays de l'Est sont en forte augmentation et ont séjourné plus longtemps que l'hiver dernier.
- Inversement, la neige et le froid ont freiné la consommation touristique pendant les vacances de février dont la fréquentation apparaît en baisse (-7%). Mais c'est davantage l'activité des vacances de Noël (-14%) et de Pâques (-27%) qui a régressé.

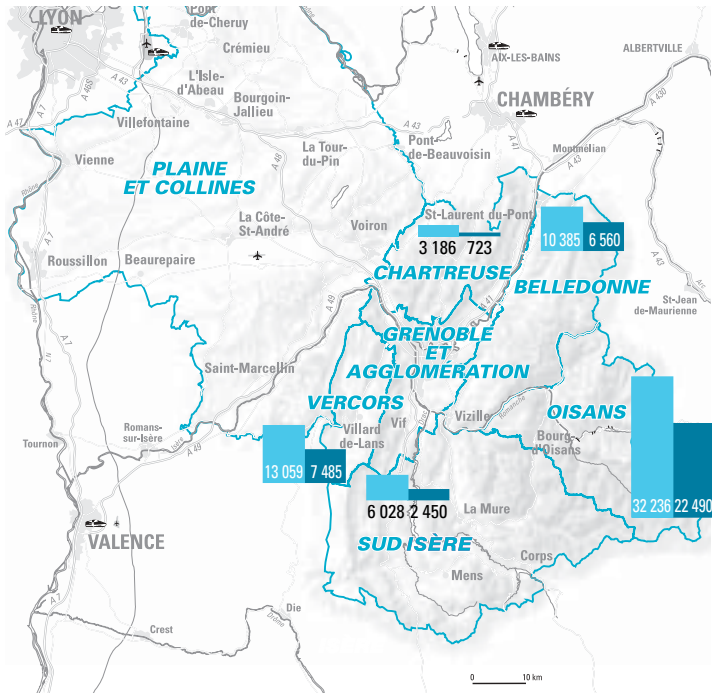
→ A noter : la très forte progression de la période de « mars-début avril » s'explique en partie par l'étalement de cette période sur 5 semaines contre 4 habituellement.

## L'activité par zone géographique ☀

### 😊 Bonne saison pour la Chartreuse et le Sud Isère

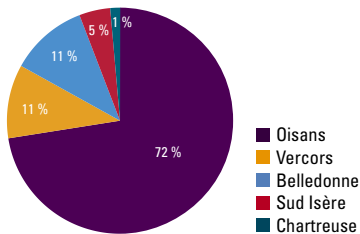
- Les conditions climatiques ont favorisé les petites et moyennes stations qui ont connu un meilleur enneigement qu'en haute altitude.
- Les hébergements marchands des massifs de Chartreuse et du Sud Isère affichent ainsi des hausses de fréquentation respectives de +10% et +16%. Notons que les clientèles des stations-villages de ces massifs apprécient davantage le calme, l'accueil, l'ambiance conviviale, l'environnement naturel que l'étendue des domaines skiables (cf. enquêtes satisfaction p. 12).
- Les stations de l'Oisans, moins enneigées et souvent marquées par un froid intense mais bénéficiant d'un bel ensoleillement, ont maintenu leur activité de 2003-04.
- Les hébergements marchands du massif du Vercors sont orientés à la baisse. Il apparaît toutefois que ce massif a accueilli davantage de clientèles à la journée ou logées chez parents, amis ou en résidences secondaires (cf. résultats études des flux p.06 et remontées mécaniques p.07).

# La fréquentation touristique en montagne

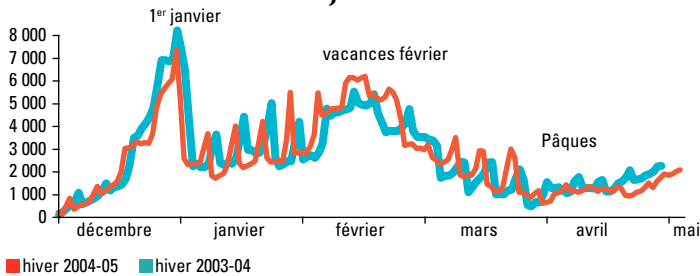


■ capacité en hébergements marchands  
■ capacité enquêtée

## Répartition des nuitées par massif



## Evolution des nuitées journalières - Chamrousse



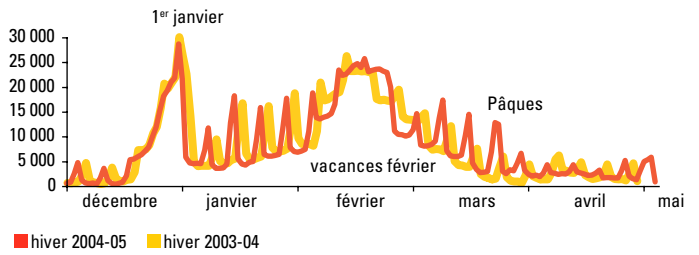
Total hiver 2004/05 : 398 420 nuitées - Stable par rapport à 2003-04

## Les « sports d'hiver », des retombées touristiques et économiques considérables pour l'Isère

- La saison d'hiver pèse pour 60% dans l'économie touristique iséroise générant plus de 300 millions d'euros de dépenses des clients français en séjour.
- En volume de nuitées, la montagne réalise près de 80% de l'activité hivernale.
- Cet hiver, la présence de la neige à toute altitude a favorisé la fréquentation des « petites » stations en élargissant la palette d'offres de « produits neige » pour les clients notamment de proximité.
- En comparaison avec l'hiver précédent, l'Oisans affiche un léger recul de -5% des nuitées (hébergements marchands et non marchands confondus) tandis que Chamrousse et le Vercors ont maintenu leur niveau de fréquentation.

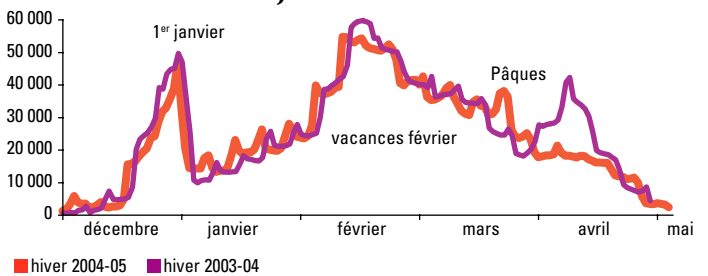
→ Des résultats atypiques : érosion des vacances de Noël (-20%) desservies par des jours fériés tombant un samedi ; progression de la 1<sup>re</sup> semaine de janvier grâce à la présence accrue des étrangers ; stabilité des vacances de février ; bonne activité en mars (+34%) dopée par le week-end de Pâques ; fin de saison en forte baisse (-42%)...

## Evolution des nuitées journalières - Vercors



Total hiver 2004/05 : 1 256 000 nuitées - Stable par rapport à 2003/04

## Evolution des nuitées journalières - Oisans



Total hiver 2004/05 : 3 755 800 nuitées - En baisse de -5 % par rapport à 2003/04

A noter : Seuls Chamrousse, le Vercors et l'Oisans sont équipés de postes de comptage sur les principales routes d'accès. - Source : Etude FLUX - F. Marchand / CDT Isère / OT Chamrousse

# Fréquentation touristique hivernale

## Belledonne



	offre	fréquentation		
	750 lits, soit 4% de l'Isère	41% de T.O., 39 300 nuitées,	+13%	
	4 180 lits, soit 25% de l'Isère	32% de T.O., 166 130 nuitées,	-11%	
	155 lits, soit 7% de l'Isère	43% de T.O., 6 960 nuitées,	-8%	
	80 RM, soit 19% de l'Isère	16,3 M€ de recettes	+1%	
	129 km, soit 10% de l'Isère	185,2 K€ de redevance	+1%	

## Chartreuse



	offre	fréquentation		
	400 lits, soit 2% de l'Isère	41% de T.O., 20 960 nuitées	+13%	
	275 lits, soit 13% de l'Isère	34% de T.O., 10 360 nuitées,	+7%	
	46 RM, soit 10% de l'Isère	2,3 M€ de recettes	+37%	
	208 km, soit 17% de l'Isère	111,4 K€ de redevance	+28%	

## Oisans



	offre	fréquentation		
	3 015 lits, soit 17% de l'Isère	61% de T.O., 298 010 nuitées,	+10%	
	8 730 lits, soit 52% de l'Isère	50% de T.O., 601 640 nuitées,	+11%	
	10 280 lits, soit 61% de l'Isère	74% de T.O., 951 550 nuitées,	-9%	
	465 lits, soit 22% de l'Isère	35% de T.O., 17 140 nuitées,	-12%	
	190 RM, soit 45% de l'Isère	65,7 M€ de recettes	-4%	
	117 km, soit 9% de l'Isère	37,5 K€ de redevance	-5%	

## Sud Isère



	offre	fréquentation		
	595 lits, soit 3% de l'Isère	41% de T.O., 31 075 nuitées	+13%	
	380 lits, soit 18% de l'Isère	21% de T.O., 12 820 nuitées	-19%	
	26 RM, soit 6% de l'Isère	0,6 M€ de recettes	0%	
	306 km, soit 24% de l'Isère	48,8 K€ de redevance	+33%	

## Vercors



	offre	fréquentation		
	1 260 lits, soit 7% de l'Isère	54% de T.O., 101 580 nuitées,	+11%	
	2 540 lits, soit 15% de l'Isère	36% de T.O., 85 260 nuitées,	-21%	
	355 lits, soit 17% de l'Isère	42% de T.O., 11 975 nuitées,	0%	
	84 RM, soit 20% de l'Isère	10,7 M€ de recettes	+20%	
	424 km, soit 34% de l'Isère	750,3 K€ de redevance	-4%	

- Hôtels classés 0\* à 4\*
- Meublés en agences imm.
- Résidences de tourisme
- Gîtes ruraux service résa.
- Remontées mécaniques
- Ski nordique

(T.O.) Cf. lexique page 15  
 (RM) Nombre de remontées mécaniques  
 (Km) Nombre de kilomètres de pistes  
 (M€) Millions d'euros  
 (K€) Milliers d'euros  
 (1) le parc des remontées mécaniques de l'Alpe du Grand Serre est géré par la société d'aménagement touristique de l'Alpe d'Huez et des Grandes Rousses (SATA). Dans notre découpage géographique, nous rattachons toujours cette station au Sud Isère sauf en ce qui concerne les remontées mécaniques dont les résultats sont agrégés à ceux de l'Oisans.

*Note méthodologique : ne sont présentés ici que les secteurs observés et les résultats statistiquement exploitables. Ainsi, sont présentés dans ce tableau les résultats de 63% des lits marchands de Belledonne, 23% de Chartreuse, 70% de l'Oisans, 41% du Sud Isère et 57% du Vercors.*

## La fréquentation touristique à Grenoble et en « Plaine & Collines »

### Progression de l'activité d'affaires à Grenoble et du tourisme d'agrément en plaine et collines

Les hôtels de l'agglomération Grenobloise enregistrent cet hiver une hausse de la fréquentation des clientèles d'affaires, une activité qui représente 71% des nuitées totales (contre 68% en 2003-04). Dans les hôtels de « plaine et collines », le tourisme d'affaires est également majoritaire (64% des nuitées) mais cet hiver, un développement notable des touristes d'agrément est également observé (+5%).

#### Plaine & Collines



	offre	fréquentation		
	4 475 lits, soit 26% de l'Isère	54% de T.O., 246 590 nuitées	+3%	↗
	435 lits, soit 21% de l'Isère	36% de T.O., 14 610 nuitées	-22%	↘
	19 musées et sites sur 50 enquêtés	85 500 visiteurs	-2%	⇒

- hôtels classés 0\* à 4\*
- résidences de tourisme
- Gîtes ruraux service résa.
- musées et sites

(T.O.) cf. lexique p. 15

(1) Ces résultats reflètent l'activité des 5 résidences répondantes uniquement (soit 980 lits)

#### Grenoble & agglomération



	offre	fréquentation		
	6 940 lits, soit 40% de l'Isère	60% de T.O., 420 510 nuitées	+5%	↗
	<sup>1</sup> 1 620 lits, soit 10% de l'Isère	65% de T.O., 50 570 nuitées	-11%	↘
	8 musées et sites sur 50 enquêtés	243 170 visiteurs	+7%	↗

### Tourisme culturel : maintien de la progression engendrée en 2004

330 000 visiteurs ont franchi le seuil des sites et musées de Grenoble ou de « plaine et collines ». Ce chiffre maintient la progression amorcée l'hiver dernier par la gratuité des musées départementaux. On note toutefois une baisse de fréquentation en février des sites d'extérieur.

#### 10 Principaux sites et musées de Grenoble et Plaine et Collines

	Entrées payantes	par rapport à 2003-04	
Musée de Grenoble	67 355	+3%	↗
Téléphérique de Grenoble	60 035	-3%	↘
Musée Dauphinois de Grenoble* 2	40 025	+61%	↗
Musée de Résistance et Déportation à Grenoble*	14 015	+2%	⇒
Musée de l'Ancien Evêché à Grenoble*	12 945	-36%	↘
Grottes de La Balme	8 280	+9%	↗
Centre de culture scientifique, technique et industriel à Grenoble	7 220	+32%	↗
Cité Médiévale de Crémieu	6 775	-2%	⇒
Musée de Bourgoin Jallieu <sup>3</sup>	6 700	+166%	↗ ↗
Théâtre Antique à Vienne	6 115	-20%	↘

Remarque : sont présentés ici les fréquentations des 10 principaux sites nous autorisant à diffuser leurs résultats (l'hiver s'étend de décembre 2004 à avril 2005).

(2) Progression en partie liée à l'exposition « Trésors d'Egypte » de septembre à décembre 2004

(3) Forte progression en décembre et janvier grâce au succès de l'exposition unique en France « Madame Grès, entre ombre et lumière » (70 modèles de robes)

\* 8 musées départementaux gratuits depuis le 2 janvier 2004.



## L'Isère et ses voisins alpins

### Bilan des « activités ski » 🎿

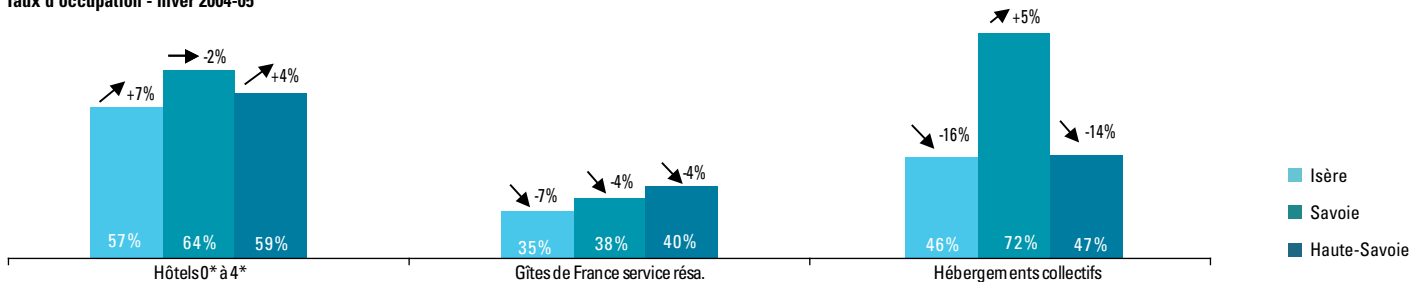
- Les mauvaises conditions atmosphériques (déficit d'enneigement en début de saison, froid glacial en haute montagne, chutes de neige importantes en moyenne montagne...) ont freiné la « consommation du ski » : Les journées-skieurs sont en légère baisse dans les stations des Alpes du Nord (-0.8%). Toutefois, elles n'ont pas suffi à ralentir les recettes des remontées mécaniques qui restent stables par rapport à 2003-04 (+0,3%) et en hausse par rapport à la moyenne des hivers 2000-01 à 2003-04 (+7,6%). Les redevances des foyers de ski nordique apparaissent également en hausse, sauf en Savoie.
- Le déficit d'enneigement dans les Alpes du Sud explique la baisse des recettes des remontées mécaniques de -6%, mais n'a pas affecté, contre toute attente, l'activité du ski nordique (+7%).
- En Isère, la Chartreuse tire son épingle du jeu : les recettes des remontées mécaniques et du ski nordique sont en forte hausse. En Vercors, la pratique du ski alpin progresse également de manière importante (+20%) tandis que le mauvais temps semble avoir davantage dissuader les fondeurs (-4%). Les stations de l'Oisans ont, quant à elles, attiré moins de pratiquants alpins et fondeurs que les hivers derniers.

### Et de quelques hébergements marchands

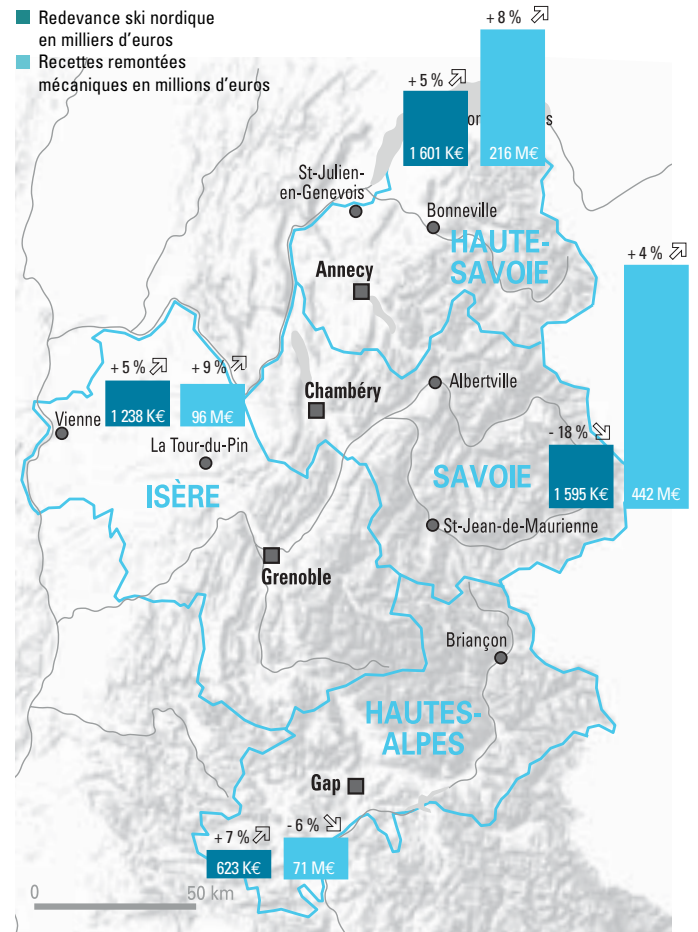
- Le déroulement de la saison dans les pays de Savoie est très similaire à celui de l'Isère : érosion de la fréquentation des vacances scolaires, progression des périodes « inter-vacances », fin de saison difficile...
- A l'inverse, les résultats de l'activité de 3 hébergements marchands (méthodologie d'enquête commune) sont hétérogènes : L'Isère, aux taux d'occupation moins performants, connaît des évolutions proches de celles de la Haute-Savoie : Hausse en hôtellerie (baisse en Savoie) et baisse dans les 2 autres hébergements (hausse des hébergements collectifs de Savoie).

### Les performances des 3 départements alpins

Taux d'occupation - hiver 2004-05



% : évolutions des nuitées par rapport à 2003-04

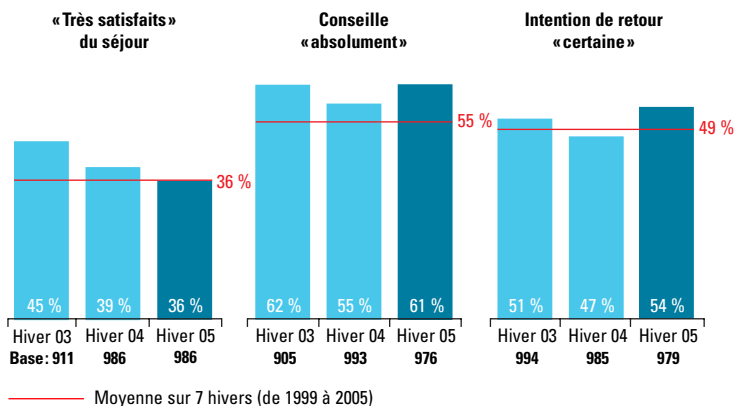


% : évolution par rapport à la moyenne des 4 hivers 2000-01 à 2003-04 (en euros constants)

## Ce qu'il faut retenir de la satisfaction de la clientèle

### Un « bouche à oreille » favorable à l'Isère ☺

Les 3 indicateurs-clés affichent des taux équivalents ou supérieurs aux moyennes relevées sur 7 hivers. Cependant depuis 2 saisons la clientèle exprime une satisfaction moins élevée à l'issue de son séjour sans incidence, pour le moment, sur le « bouche à oreille » et l'intention « certaine » de revenir. Une « chance » aujourd'hui pour l'Isère mais pour combien de temps ?



*Précision méthodologique : pour évaluer le niveau de satisfaction de la clientèle seuls les « très satisfaits » sont retenus. On ne peut pas se contenter d'un taux de « satisfait » même élevé car la clientèle a une tendance naturelle à surévaluer sa satisfaction, les vacances étant un moment à ne « rater » sous aucun prétexte.*

### Atténuer l'influence des conditions météorologiques et d'enneigement

Les conditions extérieures exercent une forte influence sur le niveau de satisfaction générale (ex. en 2000/01 et 2002/03). Mais si de bonnes conditions sont nécessaires elles ne sont pas suffisantes. Des prestations de qualité et une offre alternative au « produit ski » peuvent permettre de minimiser leur influence et d'accroître la satisfaction « client ».

(1) Résidents secondaires ou « chez amis ou famille » soit 36% des personnes interrogées.

(2) Voir l'atelier-action #31 du CDT de l'Isère « Mieux connaître et mieux travailler la clientèle exigeante des juniors » : [www.isere-tourismepro.fr](http://www.isere-tourismepro.fr), rubrique « Ateliers et rencontres » - « Le tourisme des jeunes » - AFIT 2005.

### Le ski et le cadre naturel : au centre des attentes des clientèles

Le ski et le cadre naturel sont cités à égalité par les personnes interrogées comme les deux éléments les plus importants de leur séjour en Isère. Le ski est cité en priorité dans les « grandes » stations et le cadre naturel dans les « petites » stations.

### La clientèle « captive » ambassadrice de premier ordre de l'Isère

71% de la clientèle en hébergement non marchand<sup>1</sup> se déclare décidée à recommander « absolument » sa destination à son entourage contre 61% en moyenne.

### La clientèle « jeune » et « nouvelle » à convaincre

Les « 15-24 ans » s'affichent, de façon générale, moins enthousiastes que leurs aînés par leur séjour en Isère : « bouche à oreille » moins élevé et envie de revenir moins prononcée. Une clientèle en attente de convivialité, de rencontres, de rupture avec le quotidien, de séjours actifs et de pratiques identitaires<sup>2</sup>. Le constat est similaire pour la clientèle en séjour pour la première fois dans la station : Malgré un séjour qu'elle reconnaît plutôt « réussi », seulement 47% se dit prête à recommander « absolument » la destination et 25% est « certaine » de revenir. Une clientèle plus connaisseuse et plus avertie que la clientèle d'habituez. Des clientèles à satisfaire davantage afin de les fidéliser ou d'accroître leur préconisation positive envers l'Isère.

**S'assurer que la clientèle qui vient en Isère est satisfaite de son séjour, c'est investir à moyen et à long terme afin de maintenir voire de gagner des parts de marché :**

- En renforçant la fidélité de la clientèle qui vient déjà,
- En fidélisant les nouveaux clients,
- En générant une préconisation favorable en faveur de l'Isère fondée sur le bouche à oreille, principal vecteur d'information et de décision de la clientèle touristique.

## 29 critères de satisfaction passés au crible

Le cadre, l'environnement naturel et l'accueil dans les offices de tourisme s'affichent toujours parmi les aspects les plus appréciés du séjour. Cet hiver, l'offre « ski » se distingue particulièrement avec des scores en hausse. Les activités neige « hors-ski », l'accueil chez les commerçants, l'hébergement marchand, la propreté présentent, à différents degrés, d'importantes marges de progression pour être vraiment en phase avec les attentes de la clientèle. Enfin on relève un réel déficit de satisfaction concernant les commerces, les aménagements, les déplacements, le stationnement et l'attente.



### A valoriser



### A surveiller



### A améliorer

Le cadre et l'environnement naturel ⇒	L'accueil des commerçants, des restaurateurs et des hébergeurs ↗	Les commerces et les aménagements ⇒
La facilité pour réserver hébergement ou séjour ⇒	La pratique de la raquette ou de la luge ⇒	Les déplacements dans la station (à pied, en voiture) ↗
L'accueil dans les Offices de tourisme ↗	Les possibilités de promenade et de randonnées ⇒	Le stationnement ↗
L'étendue des domaines alpins et nordiques ⇒	Le confort de l'hébergement marchand ⇒	Le prix de l'hébergement marchand ⇒
La qualité de préparation des domaines alpins et nordiques ↗	La propreté des lieux ↗	Le prix des commerces et le coût du séjour ↗
Le balisage des domaines alpins et nordiques ↗	L'accès à la station ↗	La durée d'attente dans les commerces, aux caisses des RM* et aux RM*
	L'accès aux pieds des pistes*	Le confort des RM*
	L'équipement de l'hébergement marchand*	

Le sens des flèches indique l'évolution globale de chaque critère par rapport à l'hiver 2003/04. Pour le classement des critères se reporter au lexique page 15.

\* nouveau critère testé. RM : remontées mécaniques.

## Le ski : au cœur des vacances d'hiver en Isère<sup>1</sup>

La pratique du ski majoritaire pendant les vacances de février (80% de pratiquants) génère un niveau de satisfaction élevé et particulièrement dans les « grandes » stations. De plus, cité de façon spontanée par la clientèle, le ski apparaît comme le 2<sup>nd</sup> point fort du séjour après le cadre et l'environnement naturel.

Cependant les durées d'attente aux caisses et aux remontées mécaniques et le confort de celles-ci sont largement épinglés. Des « inconveniences »<sup>2</sup> qu'il faut s'efforcer de prendre en compte pour mieux satisfaire les clients.

(1) Un focus a été fait cet hiver sur la pratique du ski alpin (10 questions).

(2) Exprime le besoin de « fluidité », facilité, commodité, « 0% ennui ». Carnet de Route de la Montagne. AFIT – New Deal 2000.

(3) Exprime le besoin croissant de jouer, de ne pas faire les choses sérieusement, de s'amuser. Carnet de Route de la montagne. AFIT – New Deal 2000.

## Des pistes d'amélioration pour la pratique du ski :

L'offre ski et notamment alpin, déterminante dans le choix de la destination, doit s'adapter aux évolutions du marché et aux attentes des clients : besoin de « convenience »<sup>3</sup> et de services, envie de pratiques plus « ludiques »<sup>3</sup> d'optimiser les temps de glisse et de plaisir.

- Améliorer le confort des remontées mécaniques (seniors plus nombreux).
- Développer les solutions de gestion des flux aux caisses et aux remontées mécaniques pour minimiser les temps d'attente (présence humaine dans les files d'attente, ventes annexes, etc.) ;
- Informer en temps réel sur l'état des pistes, la météo, les dangers, en amont et pendant la pratique ;
- Mettre plus de « ludique » dans l'apprentissage (écoles de ski), les pratiques (ski nordique), les pistes pour débutants, etc.

## En séjour dans les massifs

### Belledonne



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
23%	L'hébergement « pied de pistes »	L'hébergement
52%		La pratique de la luge
47%		Les commerces et services Le stationnement

Une clientèle qui s'affiche assez critique. Des attentes portant sur l'ensemble des composantes du séjour.

### Chartreuse



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
31%	Le cadre naturel	L'attente aux caisses des remontées mécaniques
56%	L'accueil	Le confort des remontées mécaniques
66%		Le stationnement

Une destination appréciée pour son cadre « nature » et authentique, pour son accueil et sa convivialité. Néanmoins des améliorations sont attendues en matière de « convenience » générale du séjour.

### Oisans



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
38%	Le domaine alpin	Le coût global du séjour
57%	Les déplacements sur place	Les durées d'attente
52%	Les commerces et services	Le stationnement

Un massif recherché pour la pratique du ski, ses animations et offrant une relative facilité à « vivre » au quotidien.

### Sud Isère



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
45%	Le cadre naturel	Les commerces et services
69%	L'accueil	L'hébergement
52%	L'attente en général, la tranquillité Le domaine alpin La promenade, la raquette et la luge	L'accès aux pistes

Une destination présentant de nombreux points forts pour une clientèle plutôt familiale et recherchant la tranquillité. Cependant un important effort à faire en matière de commerces.

### Vercors



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
44%	Le ski nordique	L'accueil (commerces)
71%	Le cadre naturel	Les promenades et randonnées et la raquette
54%		

Une destination appréciée pour l'ensemble de son offre « neige » et pas seulement pour la pratique du ski nordique. A surveiller cependant le niveau des prix.

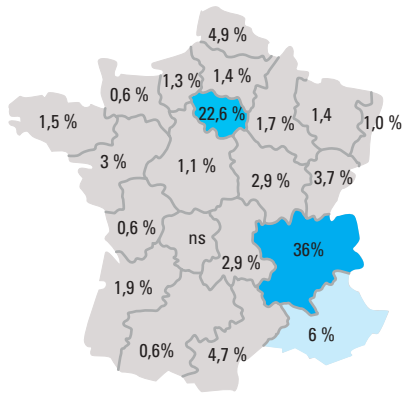


# La clientèle française en Isère

## 2 marchés principaux pour l'Isère : Rhône-Alpes et Ile de France

• Avec 36% de part de marché, Rhône-Alpes demeure la 1<sup>re</sup> région émettrice de clientèles françaises en séjours en Isère. Ce sont plus

### Origine de la clientèle en Isère



particulièrement les Rhodaniens (10% des séjours), suivis des Isérois (9%) et des Drômois (5%) qui génèrent les principaux volumes de séjours en Isère au cours de la saison d'hiver.

• L'Île de France conserve sa seconde place de marché émetteur (22,6%) et se caractérise par des séjours plus longs : 6 jours en moyenne contre 3,5 pour les Rhônalpins.

• Provence Alpes Côte d'Azur, le Nord et le

Languedoc-Roussillon constituent des marchés secondaires qui affichent des progressions notables depuis 1999-2000.

## Des clientèles plutôt « jeunes » et aisées

• Le « cœur » de cible des clientèles françaises en Isère se situe dans la tranche des « 25-49 ans » qui totalisent 54% des séjours (soit 4 points supérieurs à la moyenne nationale) ; Les seniors sont « sous-représentés » ne totalisant que 11% des séjours du département (contre 15% en France).

• Cadres, professions libérales et intermédiaires sont les catégories sociales les plus nombreuses en Isère pendant la saison d'hiver : 50% des séjournants (contre 44% en moyenne sur la France).

## Des vacances d'hiver en « tribus » avec ou sans enfants

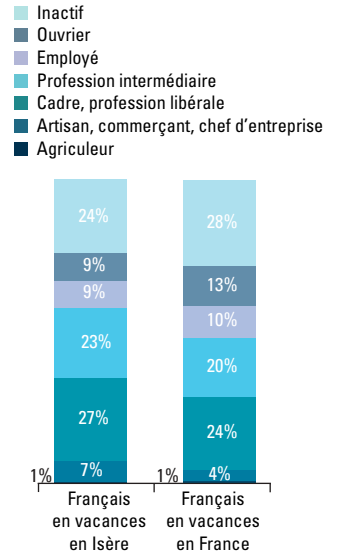
• 21% des séjours sont le fait de groupes composés de plus de 6 personnes et 45% de groupes de 3 à 5 personnes. Les célibataires et surtout les couples sont moins présents en Isère que sur l'ensemble de la France pour passer leurs vacances d'hiver

• Si les clientèles familiales avec enfants semblent privilégier notre destination (+7 points par rapport à la moyenne nationale), elles ne représentent que 47% des séjours. 53% des clients de l'Isère séjournent sans enfants.

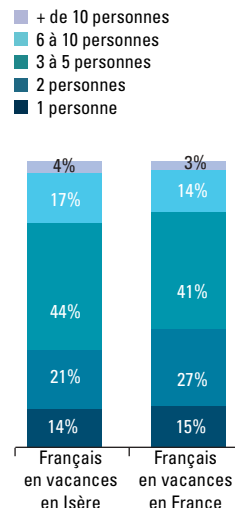
### Age des séjournants



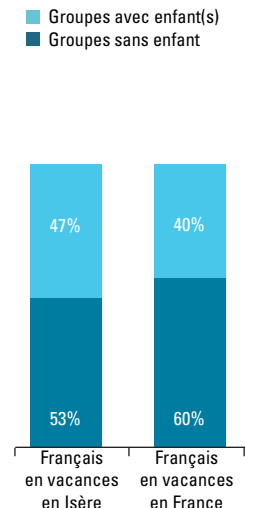
### Catégorie sociale des séjournants



### Taille du groupe



### Composition du groupe



en % des séjours

Source : Enquête sur le Suivi des Déplacements Touristiques des Français âgés de +15 ans - Direction du Tourisme/Sofrès

## La clientèle étrangère en Isère

### La clientèle britannique : notre principal marché étranger en hiver 🇬🇧

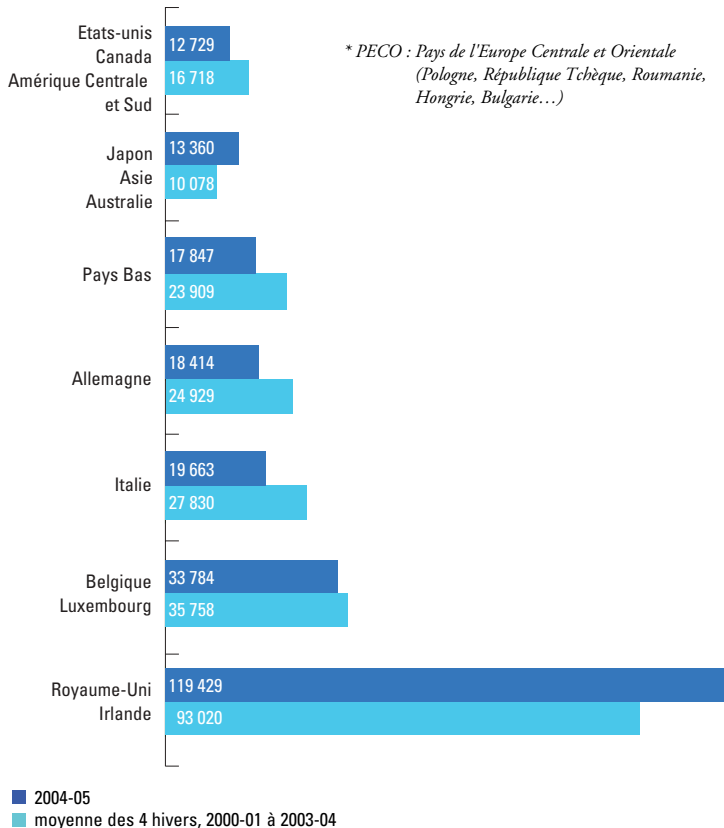
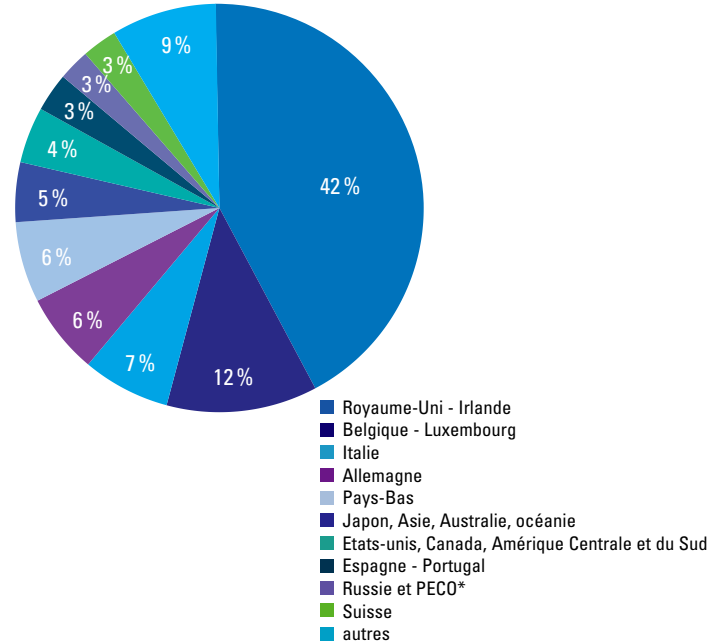
- La clientèle étrangère représente 25% de l'activité des hôtels isérois. Ainsi, 93 000 touristes étrangers ont loué une chambre d'hôtel au cours de cette saison ; Un volume de clients légèrement moins important qu'en 2003-04. Cependant, ils ont séjourné plus longtemps cet hiver (3 nuits en moyenne), réalisant ainsi un nombre de nuitées supérieur : 284 000 nuitées, soit +4%.
- Les étrangers privilégient le mois de mars pour leurs vacances à la montagne.
- 42% d'entre eux sont Britanniques, 1<sup>er</sup> marché émetteur pour l'Isère.

### Le marché britannique : bon à savoir<sup>1</sup>

- Le Royaume-Uni est le marché émetteur le plus dynamique de l'Europe enregistrant une hausse de 5.3 millions de voyages à l'étranger en 2004.
- Ses indicateurs économiques sont au « beau fixe » offrant des perspectives de croissance et une stabilisation de la Livre sterling.
- Les réservations en ligne explosent : en 2003, 32% des voyages ont été réservés par le biais d'Internet ; 37% en agences de voyages.
- Les courts séjours et les réservations de dernière minute augmentent notablement (grâce au développement des compagnies « Low-cost »).
- En 2010, les seniors (plus de 55 ans) représenteront 28,4% de la population britannique or, plus de 40% d'entre eux partent au moins trois fois par an.

### Charters ski et « low-cost » en provenance de Londres<sup>2</sup>

- 42 675 passagers sur les Charters ski en provenance de Londres au cours de la saison d'hiver 2004-05.
- 26 000 passagers sur la ligne « low-cost » Easyjet Londres Luton du 5 janvier (ouverture) au 30 avril 2005
- 3 nouvelles lignes « low cost » Londres/Grenoble pour l'hiver 2005-06 :
  - Compagnie Ryanair : Londres Stansted dès le 23 septembre 2005
  - Compagnie Easyjet : Londres Bristol et Londres Gatwick les 15 et 16 décembre 2005



(1) Sources : Maison de la France et IPK International.

(2) Source : Direction Marketing de l'Aéroport de Grenoble-Isère

# Lexique et méthodologies

## Lexique

### Base

Nombre de personnes interrogées ayant répondu à la question.

### Évolutions

comparaison des T.O. ou des nuitées de la saison en cours avec la ou les saisons précédentes, calculées sur des périodes, capacités, durées identiques.  
(Taux N – Taux N-1)/Taux N-1

### Lecture des évolutions

↗ = ou > à + 3 %

↔ entre - 2 % et + 2 %

↘ < ou = à - 3 %

### Séjour

de 1 à 3 nuits ("court séjour") ou de 4 nuits et plus ("vacances" ou "long séjour").

### Nuitées

Produit du nombre de personnes accueillies dans un hébergement par la durée du séjour.

### Taux d'occupation (T.O.)

indice de performance de l'hébergement.  
Rapport entre le nombre d'appartements ou chambres occupés et le nombre d'appartements ou chambres offerts (en %).

### Hébergements collectifs

villages vacances, centres de vacances et maisons familiales agréées, auberges de jeunesse et centres internationaux de séjour.

### Taux de « Très satisfaits » du séjour

part des personnes interrogées déclarant être « très satisfaites » de leur séjour.

### Taux de préconisation « absolue »

part des personnes interrogées déclarant conseiller « absolument » leur lieu de séjour à leur entourage.

### Remerciements

Nous tenons à remercier l'ensemble de nos partenaires pour leur précieuse collaboration : les associations Dauphiné Ski Nordique, Gîtes de France et Logis de France, le Syndicat National des Téléphériques de France, l'ORT et l'INSEE Rhône-Alpes, l'ensemble des hébergements marchands, sites, musées, festivals ainsi que les offices de tourisme, maires et responsables des stations enquêtées.

### Taux d'intention de retour « certain »

part des personnes interrogées déclarant être « certaines » de revenir.

### Classement des 29 critères de satisfaction :

« A valoriser » :

taux de « très satisfaits » > ou = à 35%

« A surveiller » :

taux de « très satisfaits » > ou = à 23%

« A améliorer » :

taux de « très satisfaits » < à 23%

Pour le classement des critères par massif, on tient compte également des résultats de chaque critère par rapport aux résultats obtenus pour l'ensemble des massifs.

## Méthodologies

### 1. Fréquentation Touristique

- Enquête réalisée depuis 1994
- Interrogation de 6 hébergements marchands et des principaux secteurs d'activité ;
- Partenariats : INSEE et ORT Rhône-Alpes pour les enquêtes auprès des hôtels et hébergements collectifs, Gîtes de France et Logis de France pour les enquêtes auprès de leurs adhérents.
- Présentation des résultats par territoire quand l'offre et les réponses sont statistiquement exploitables ;
- Intervalle de confiance : compris entre + ou - 10% ;

### 2. Satisfaction de la Clientèle Touristique

- Enquête réalisée depuis 1999
- 1 000 personnes interrogées dans 10 stations de sports d'hiver

- Echantillon reconstitué selon la méthode dite « des itinéraires »
- Interrogation en face à face par des enquêteurs du CDT
- Les 17, 18, 24 et 25 février 2005
- 40 journées d'enquête en équivalent journées enquêteurs.

### 3. Suivi des Déplacements Touristiques des Français (SDT) – Direction du Tourisme/Sofrès.

- Etude nationale réalisée par la Sofrès pour le compte de la Direction du Tourisme.
- 20 000 individus représentatifs de la population française âgée de plus de 15 ans interrogés chaque mois sur tous leurs déplacements (à partir d'une nuit hors du domicile).
- Acquisition tous les 2 ans des résultats spécifiques aux séjours ayant eu lieu en Isère.
- L'hiver s'étend d'octobre 2004 à mars 2005.

### 4. Etude des Flux

- Recensement, au jour le jour, des mouvements de voyageurs et de véhicules entrant et sortant d'un territoire donné (par route, autoroute, voie ferroviaire et aérienne) convertis en nuitées.
- Mise en place et gérée par le bureau d'études techniques F. Marchand.
- En 2004-05, seuls Chamrousse, l'Oisans et le Vercors sont équipés de postes de comptage DDE sur leurs principaux axes routiers.
- Partenariat financier avec l'OT de Chamrousse et l'ORT Rhône-Alpes pour l'acquisition des données.

### **Vos contacts à l'Observatoire du Tourisme du CDT Isère**

Carine ANDRE, Responsable de l'Observatoire  
04 76 54 90 71 – [carine.andre@isere-tourisme.com](mailto:carine.andre@isere-tourisme.com)

Virginie JACOB, Chargée de l'enquête de fréquentation  
04 76 44 91 86 – [virginie.jacob@isere-tourisme.com](mailto:virginie.jacob@isere-tourisme.com)

Cécile EICHINGER, Chargée de l'enquête de satisfaction  
04 76 54 90 72 – [cecile.eichinger@isere-tourisme.com](mailto:cecile.eichinger@isere-tourisme.com)

### **INFORMATIONS Comité départemental du tourisme de l'Isère**

14, rue de la République  
BP 227 – 38019 Grenoble Cedex  
Tél. 04 76 54 34 36 – fax 04 76 51 57 19

internet : [www.isere-tourisme.com](http://www.isere-tourisme.com)  
e-mail : [informations.cdt@isere-tourisme.com](mailto:informations.cdt@isere-tourisme.com)

