

**LETTRE DE  
L'OBSERVATOIRE**

CDT  
numéro 12  
bilan hiver 2005-06  
Une saison sous « l'influence »  
des clients de proximité

# 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 2005-06</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>Le tourisme d'affaires</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>La satisfaction par massif</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>
<b>Le trafic de l'aéroport Grenoble-Isère</b>	<b>14</b>

## Lexique et méthodologies

**15**

## Une saison sous « l'influence » des clientèles de proximité

Si Rhône-Alpes a toujours constitué la principale région émettrice de clientèles touristiques pour l'Isère, son poids s'est considérablement accru ces derniers hivers : désormais, le marché rhônalpin génère 44% des séjours hivernaux. Il représente plus de 700 000 séjours pour plus d'1,85 million de nuitées, soit une fréquentation en progression de +20% par rapport à l'hiver 2004-05.

Le Rhône (11% des séjours) a cédé, pour la seconde saison consécutive, sa place de 1<sup>er</sup> marché émetteur à l'Isère qui, à présent, « s'autoconsomme » en matière de sports d'hiver et génère 16% des séjours. Les séjours des rhônalpins se caractérisent par des durées courtes (2,6 nuits en moyenne), un large recours à l'hébergement non marchand (en résidences secondaires ou chez parents et amis) et une forte réactivité de dernière minute face aux conditions météorologiques.

Dans ce contexte, et grâce à cette présence accrue des clients de proximité, l'Isère maintient son niveau global d'activité (-0,5% de nuitées) et conserve sa 4<sup>ème</sup> place dans le classement des départements les plus fréquentés par la clientèle touristique résidente en France au cours de l'hiver 2005-06.

En revanche, l'hébergement marchand connaît un tassement de son activité par rapport à l'hiver dernier et à la moyenne sur les 5 saisons précédentes.

La forte progression des rhônalpins a ainsi masqué l'affaiblissement de la fréquentation des franciliens, second marché touristique pour l'Isère, totalisant 17% des séjours en baisse de -20% par rapport à 2004-05 (soit une perte de -70 000 séjours) pour un volume de nuitées en recul de -4%. Un résultat à surveiller car cette clientèle pèse lourd sur le plan économique : elle occupe le 1<sup>er</sup> rang dans la consommation touristique iséroise grâce à une dépense moyenne s'élevant à 83€ par personne et par jour, soit près du double de celle des rhônalpins (43€).

Ainsi, il devient important de freiner cette érosion de part de marché sur l'Île de France tout en confortant le positionnement acquis sur Rhône-Alpes.

Sources : enquête nationale SDT-Suivi des Déplacements Touristiques des Français- réalisée par TNS Sofrès pour le compte de la Direction du Tourisme et enquêtes de l'Observatoire du CDT38.

## Quelques repères

### Conjoncture nationale : Baisse des départs des Français en vacances, y compris vers les stations de sports d'hiver<sup>1</sup>

- 37,7% des Français sont partis en vacances (séjours personnels de 4 nuits ou plus) au cours de la saison 2005-06 et 7,7% ont pris la route des stations de sports d'hiver. Ces taux sont respectivement inférieurs de -2% et -9% à ceux enregistrés au cours de l'hiver 2004-05.
- La ville reste la principale destination des français pour leurs séjours hivernaux (43%) devant la campagne (34%), la mer et la montagne (17% chacun).
- 90% des séjours ont lieu en France métropolitaine. Parmi ceux-ci, 77% se feront en hébergement non-marchand (famille, amis, résidences secondaires)

### L'Isère consolide sa place de 4<sup>ème</sup> destination touristique française<sup>1</sup>

- Acquis au cours de l'hiver 2004-05, l'Isère conserve sa 4<sup>ème</sup> place de département le plus fréquenté par la clientèle touristique résidente en France et se positionne derrière les Savoie et Paris.
- Sur le plan national, le nombre de séjours réalisés par les résidents en France toutes destinations confondues (76,4 millions) s'affiche en légère hausse par rapport à l'hiver précédent (+0,4%). Mais ce résultat profite surtout aux séjours à l'étranger (+5%) tandis que le volume d'activité généré en France marque le pas (-0,3%).
- En Isère, le nombre de séjours enregistrés pendant l'hiver 2005-06 (1,6 million) s'oriente à la baisse par rapport à la saison précédente (-4%). Cependant les nuitées sont stables traduisant une légère hausse de la durée moyenne des séjours qui s'établit ainsi à 4,3 nuits en Isère contre 3,9 nuits en France. Néanmoins, les courts séjours (3 nuits maximum) continuent de représenter la majorité des séjours effectués en Isère (57%).

### 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 2004-05	6,9 millions -0,5% ⇒
<b>Hébergements marchands classés</b>	
Capacité d'accueil totale <sup>2</sup>	84 400 lits
Capacité d'accueil enquêtée	70 500 lits
<b>Taux d'occupation moyen</b> des 5 hébergements marchands par rapport à 2004-05 par rapport à la moyenne 2000-01 à 2004-05	51% 0% ⇒ -2% ⇒
<b>Part de la clientèle étrangère en hôtellerie</b>	20%
<b>Recette des remontées mécaniques</b> <i>source : SNTF</i> par rapport à 2004-05 (en euros constants)	98,1 millions € +1% ⇒
<b>Redevance du ski nordique</b> <i>source : DSN</i> par rapport à 2004-05 (en euros constants)	1,306 million € +4% ↗
<b>Activité des 50 principaux sites et musées</b> par rapport à 2004-05	503 200 visiteurs -1% ⇒
<b>Trafic Aéroport Grenoble - Isère</b> par rapport à 2004-05 <i>Source : Aéroport Grenoble Isère</i>	341 000 passagers +94% ↗ ↗
<b>Tourisme d'Affaires – région grenobloise</b> par rapport à 2004-05	76 000 journées- congressistes* +34% ↗

### Météorologie instable mais bon enneigement

D'une manière générale, la saison d'hiver 2005-06 a connu des conditions météorologiques assez perturbées : DECEMBRE a vu arriver la neige en début de mois et durant les vacances de Noël, JANVIER a connu des journées froides mais ensoleillées, FEVRIER a alterné entre soleil et mauvais temps et MARS et AVRIL ont affiché un temps maussade surtout durant les week-ends.

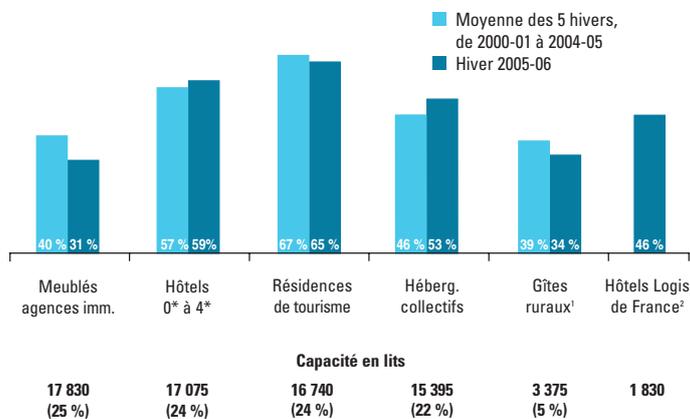
Ces fréquentes précipitations ont cependant permis de maintenir un bon manteau neigeux sur l'ensemble de la saison pour tous les massifs du département et à toute altitude.

(1) source : : Enquête sur le Suivi des Déplacements Touristiques des Français âgés de +15 ans - Direction du Tourisme/TNS Sofrès.

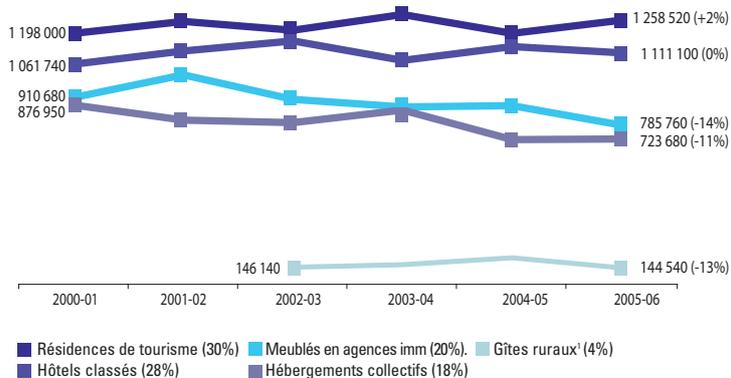
(2) hors hôtellerie de plein air  
\* cf. lexique p.15

## Ce qu'il faut retenir de l'hiver 2005-06

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



### Nuitées des hébergements marchands



**A noter :** l'enquête auprès des hôtels a été renouvelée en 2006. Cette rénovation n'entraîne toutefois qu'une marge d'erreur minime sur les évolutions d'une année sur l'autre.

**Lecture des pourcentages entre parenthèses :**

- dans la légende, ils correspondent au poids des nuitées de chaque hébergement
- à côté des nuitées, ils correspondent à l'évolution de celles-ci par rapport à la moyenne enregistrée au cours des 5 hivers précédents (2000-01 à 2004-05)

(1) labellisés Gîtes de France ; 4 saisons d'enquête : hivers 2003 à 2006

(2) Ces hôtels labellisés sont inclus dans l'étude globale des hôtels 0\* à 4\*. Cette enquête est menée en collaboration avec l'INSEE Rhône-Alpes depuis janvier 2006, il n'y a donc pas de comparaison avec les autres hivers et le taux d'occupation est calculé sur 4 mois, de janvier à avril.

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

### L'activité des hébergements marchands

#### Un bilan mitigé

- Au cours de l'hiver 2005-06, 51% des hébergements marchands ont été occupés et 4,02 millions de nuitées enregistrées. Si le premier indicateur est stable par rapport à 2004-05, le volume de nuitées est quant à lui en retrait de -3%.
- D'importantes disparités apparaissent selon les modes d'hébergements : les gîtes ruraux et meublés en agences affichent des résultats en forte baisse et de faibles performances qui diffèrent de l'activité florissante des résidences de tourisme et hôtels au cours de ces dernières années.

→ A noter : la durée moyenne des séjours s'est réduite en hôtels et en hébergements collectifs ce qui explique la baisse du volume de nuitées.

#### Baisse de fréquentation en meublés et gîtes ruraux

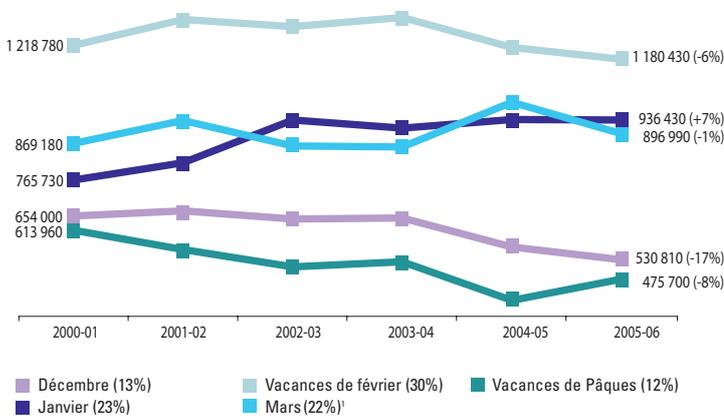
- Les agences immobilières, qui détiennent un quart de la capacité d'accueil marchande, louent 31% de leurs meublés sur la saison et réalisent 20% des nuitées départementales. Leur activité est en baisse régulière depuis 6 saisons, un constat encore plus alarmant durant la saison estivale.
- Les gîtes ruraux, loués à hauteur de 34% cette saison contre 41% en 2004-05, enregistrent un recul du nombre de nuitées de -25%. A l'inverse des meublés en agences, la baisse d'activité des gîtes fait suite à deux bonnes saisons hivernales.

#### Les loueurs de meublés doivent faire face aux nouvelles exigences des clients

- Le parc immobilier isérois n'a pas échappé au phénomène général de vieillissement voire de dégradation ; tout un pan de l'offre ne répond désormais plus aux attentes des clientèles et sort petit à petit du marché de la location touristique.
- Fini « le placard à balai » loué à prix d'or... les clientèles exigent aujourd'hui plus d'espace, de confort, d'équipements, de services, d'esthétique et de convivialité.
- Ainsi, les plus grands appartements (en sous-capacité aujourd'hui) et les unités haut de gamme sont pris d'assaut ; les réservations précoces portent sur ces offres ; leurs taux de remplissage sont 20 à 30 points supérieurs.
- A titre d'exemple, chaque hiver, la Maison de l'Isère à Paris regrette de ne pouvoir donner satisfaction aux franciliens dont l'essentiel des demandes portent sur des meublés de grande capacité et bien équipés, situés en pied de pistes, offrant des facilités d'accès aux services (linge de maison fourni, « food packs », ménage, garderie...)
- Désormais, la qualité n'apparaît plus comme un luxe mais comme un enjeu majeur de commercialisation, différenciation et fidélisation des clients.

# Fréquentation touristique hivernale

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



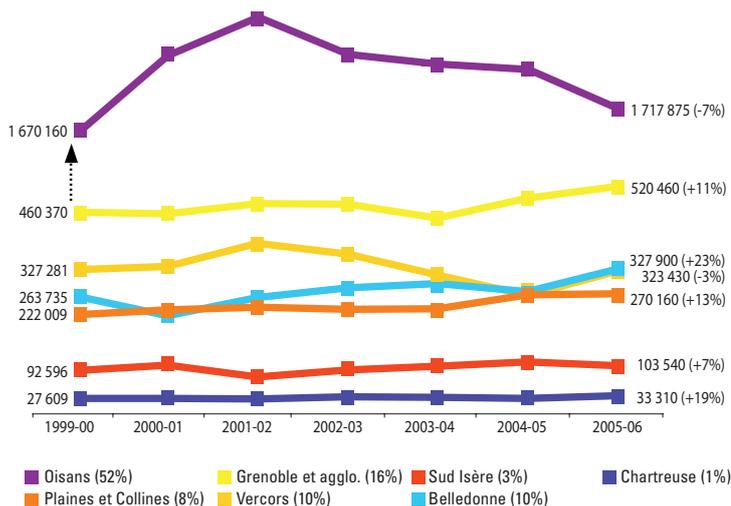
Base : hôtels, meublés en agences imm., résidences de tourisme, hébergements collectifs, gîtes ruraux (GDF).

Lecture des pourcentages entre parenthèses :

- dans la légende, ils correspondent au poids des nuitées de chaque période
- à côté des nuitées, ils correspondent à l'évolution de celles-ci par rapport à la moyenne enregistrée au cours des 5 hivers précédents (2000-01 à 2004-05)

(1) En 2005, la période de mars-début avril comptait 5 semaines contre 4 habituellement.

## Nuitées par zone géographique (hébergements marchands)



Lecture des pourcentages entre parenthèses :

- dans la légende, ils correspondent au poids des nuitées de chaque massif
- à côté des nuitées, ils correspondent à l'évolution de celles-ci par rapport à la moyenne enregistrée au cours des 6 hivers précédents (1999-2000 à 2004-05)

## L'activité des périodes de la saison

### La clientèle fait son retour à Pâques et janvier continue de séduire...

- Cette saison est rythmée par les aléas calendaires et climatiques : les jours fériés tombant un samedi n'ont pas favorisé les départs aux sports d'hiver durant les vacances de Noël. En février, la 1<sup>ère</sup> semaine est apparue décevante en raison d'une désaffection des Franciliens. Enfin, la météorologie médiocre des week-ends du mois de mars a découragé les déplacements en station.
- En revanche, le mois de janvier qui a bénéficié des meilleures conditions climatiques, affiche une activité stable par rapport à 2004-05. Depuis 6 ans, la fréquentation de ce mois a progressé de +7% ; il comptabilise désormais près d'un quart des nuitées hivernales ; en cette période, les étrangers dont les vacances scolaires sont décalées des nôtres côtoient désormais de plus en plus de clientèles de proximité en courts ou longs séjours, venus profiter de prix plus attractifs et d'une neige souvent de qualité.
- La saison s'est terminée sur une activité en hausse durant les vacances de Pâques grâce à un bon enneigement, à un week-end de Pâques tardif et aux vacances des Franciliens en première zone. Le niveau reste toutefois faible (12% des nuitées de la saison).

## L'activité par zone géographique ☀

### Le bon enneigement équilibre la fréquentation entre les massifs

- Pour la quatrième saison consécutive, les stations iséroises bénéficient de bonnes conditions d'enneigement à toute altitude, ce qui se traduit par :
  - Une baisse de l'activité en Oisans. Ce massif n'en demeure pas moins le moteur de l'économie touristique iséroise enregistrant 52% des nuitées de la saison ;
  - Un gain de fréquentation pour le Sud Isère, la Chartreuse et Belledonne ;
  - Une activité atypique pour le Vercors dont le bilan est orienté à la hausse cette saison, suite à 3 saisons de repli malgré ces bonnes conditions d'enneigement.

→ A noter : depuis 3 saisons, Belledonne et Vercors affichent une activité similaire (même volume de nuitées pour une capacité identique) alors que précédemment le Vercors accueillait davantage de clientèles que Belledonne.

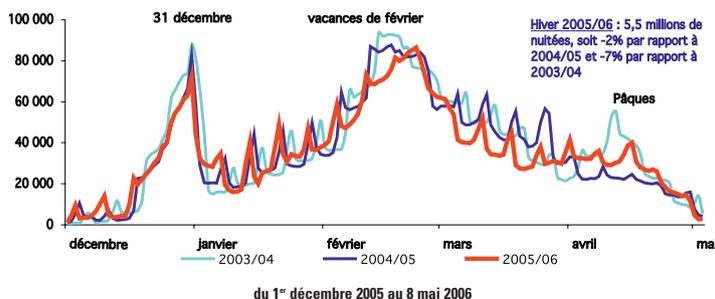
- Du côté du tourisme en ville, l'activité d'affaires dynamise les hôtels de l'agglomération grenobloise qui poursuivent leur progression (cf. « Le tourisme d'affaires Grenoblois » p.8)

## La fréquentation touristique en montagne

### Fréquentation stable du périmètre à neige isérois\* mais évolutions inégales selon les périodes... 🌸

- Avec 5,5 millions de nuitées totales (marchandes et non marchandes) enregistrées dans les massifs du Vercors et de l'Oisans ainsi qu'à Chamrousse, la saison d'hiver 2005-06 s'achève sur un bilan globalement stable par rapport à 2004-05.
- Conformément à la tendance observée dans les hébergements marchands, le mois de janvier et les vacances de Pâques constituent les deux périodes ayant connu un engouement particulier avec, respectivement, une progression de +3% et +28% du volume de nuitées.
- Inversement, les vacances de février (-7%) et le mois de mars (-13%) accusent un recul par rapport aux deux saisons précédentes.
- Si l'activité des vacances de Noël est apparue stable, elle reste néanmoins bien inférieure à celle d'il y a deux ans (-20%), marquée par un calendrier défavorable (jours fériés les week-ends).

### Evolution des nuitées journalières Périmètre à neige de l'ISERE (\*)



\*Chamrousse, Vercors et Oisans, seuls équipés de compteurs routiers, soit 65% des lits touristiques de la montagne iséroise.

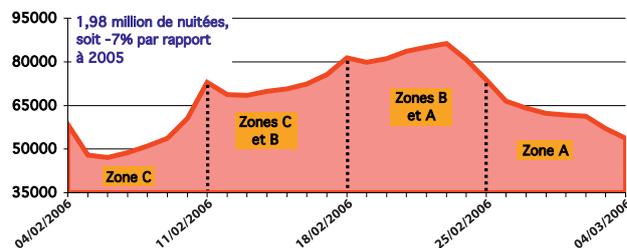
### Vacances de février : Quel est le découpage le plus « profitable » pour l'Isère ?

- Les vacances de février 2006 se caractérisent par une perte de -7% de nuitées en comparaison avec 2005 et de -10% par rapport à 2004, soit un recul progressif depuis deux saisons.

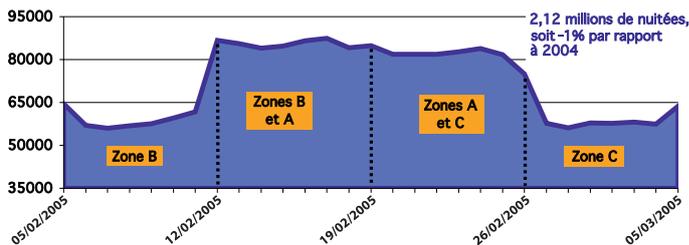
Rappel : Zone A (Grenoble, Lyon, Clermont-Ferrand, Montpellier...), Zone B (Aix-Marseille, Lille, Dijon...), Zone C (Bordeaux-Paris...)

- Les évolutions calculées sur la base du découpage des zonages de vacances mettent en exergue le recul de la fréquentation des franciliens (Zone C) de -24% entre 2005 et 2006, soit une perte de 15 000 nuitées/jour tandis que la clientèle de proximité (zone A) progresse de +7%.
- De façon générale, il est observé un meilleur étalement de l'activité sur les 4 semaines lorsque les zones A et B sont seules en vacances en début et fin de période. La moyenne journalière de fréquentation est également la plus faible lorsque la zone C est en vacances.
- Ainsi, en corrélation avec les résultats sur l'origine géographique des clients de l'Isère (cf. page 13) et à conditions d'enneigement similaires, la meilleure configuration de découpage des vacances scolaires semble être celui de l'hiver 2004.

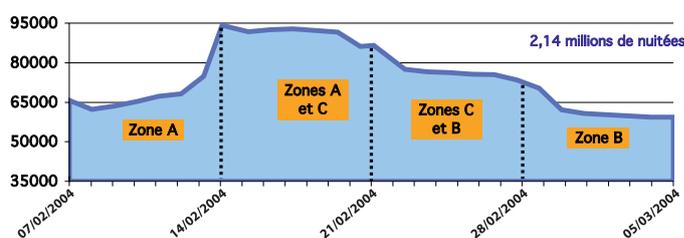
### Fréquentation journalière des vacances de Février 2006



### Fréquentation journalière des vacances de Février 2005



### Fréquentation journalière des vacances de Février 2004



A noter : Seuls Chamrousse, le Vercors et l'Oisans sont équipés de compteurs routiers ; ils totalisent 65% des lits touristiques de la montagne iséroise.

# Fréquentation touristique hivernale

## Belledonne



	offre	fréquentation		
	550 lits, soit 3% de l'Isère	38% de T.O., 26 410 nuitées,	-12%	
	3 755 lits, soit 21% de l'Isère	30% de T.O., 140 880 nuitées,	-15%	
	2 925 lits, soit 17% de l'Isère	40% de T.O., 149 300 nuitées,	+109%	
	265 lits, soit 8% de l'Isère	41% de T.O., 11 315 nuitées,	+27%	
	80 RM, soit 19% de l'Isère	17,5 M€ de recettes	+6%	
	129 km, soit 10% de l'Isère	207 K€ de redevance	+10%	

## Chartreuse



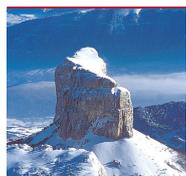
	offre	fréquentation		
	250 lits, soit 1% de l'Isère	38% de T.O., 11 955 nuitées	-12%	
	470 lits, soit 14% de l'Isère	36% de T.O., 20 140 nuitées,	-6%	
	46 RM, soit 10% de l'Isère	2,2 M€ de recettes	-8%	
	208 km, soit 17% de l'Isère	118 K€ de redevance	+4%	

## Oisans



	offre	fréquentation		
	2 980 lits, soit 17% de l'Isère	64% de T.O., 258 830 nuitées,	-7%	
	9 250 lits, soit 52% de l'Isère	37% de T.O., 504 670 nuitées,	-16%	
	9 885 lits, soit 59% de l'Isère	74% de T.O., 926 350 nuitées,	-3%	
	655 lits, soit 19% de l'Isère	35% de T.O., 28 025 nuitées,	-20%	
	190 RM, soit 45% de l'Isère	66,3 M€ de recettes	-1%	
	117 km, soit 9% de l'Isère	26,4 K€ de redevance	-31%	

## Sud Isère



	offre	fréquentation		
	510 lits, soit 3% de l'Isère	38% de T.O., 24 485 nuitées	-12%	
	655 lits, soit 19% de l'Isère	22% de T.O., 27 980 nuitées	-30%	
	26 RM, soit 6% de l'Isère	0,8 M€ de recettes	+33%	
	306 km, soit 24% de l'Isère	61,4 K€ de redevance	+24%	

## Vercors



	offre	fréquentation		
	1 200 lits, soit 7% de l'Isère	52% de T.O., 85 370 nuitées,	-11%	
	4 405 lits, soit 25% de l'Isère	22% de T.O., 129 260 nuitées,	+41%	
	1 245 lits, soit 7% de l'Isère	49% de T.O., 78 290 nuitées,	+24%	
	710 lits, soit 21% de l'Isère	38% de T.O., 30 510 nuitées,	-21%	
	84 RM, soit 20% de l'Isère	11,3 M€ de recettes	+4%	
	424 km, soit 34% de l'Isère	774 K€ de redevance	+2%	

- Hôtels classés 0\* à 4\*
- Meublés en agences imm.
- Résidences de tourisme
- Gîtes ruraux
- 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 72% des lits marchands de Belledonne, 23% de Chartreuse, 70% de l'Oisans, 35% du Sud Isère et 57% du Vercors.*

*Les évolutions présentées ci-contre correspondent aux évolutions des nuitées 2005-06 par rapport à 2004-05.*

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

### « Gens qui rient à la ville... gens qui pleurent à la campagne » ☹️

L'activité hôtelière de l'agglomération grenobloise continue sa progression engagée depuis 2 saisons : +4% du volume des nuitées grâce, simultanément, à la hausse des clientèles étrangères (qui représentent 17% des nuitées) et des clientèles d'affaires (72% des nuitées). Inversement, l'hôtellerie du Nord Isère marque le pas avec une perte de -4% des nuitées. Toutefois, l'hiver 2005-06 fait suite à trois bonnes saisons en matière de remplissage et les résultats restent supérieurs à la moyenne des 5 hivers précédents avec +9% de nuitées.

#### Plaine & Collines



	offre	fréquentation		
🏨	4 440 lits, soit 26% de l'Isère	54% de T.O., 243 590 nuitées	-4%	📄
🏠	620 lits, soit 18% de l'Isère	34% de T.O., 26 570 nuitées	-5%	📄
📖	20 musées et sites enquêtés	96 900 visiteurs	-7%	📄

- 🏨 Hôtels classés 0\* à 4\*
- 🏠 Résidences de tourisme
- 🏡 Gîtes ruraux
- 📖 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



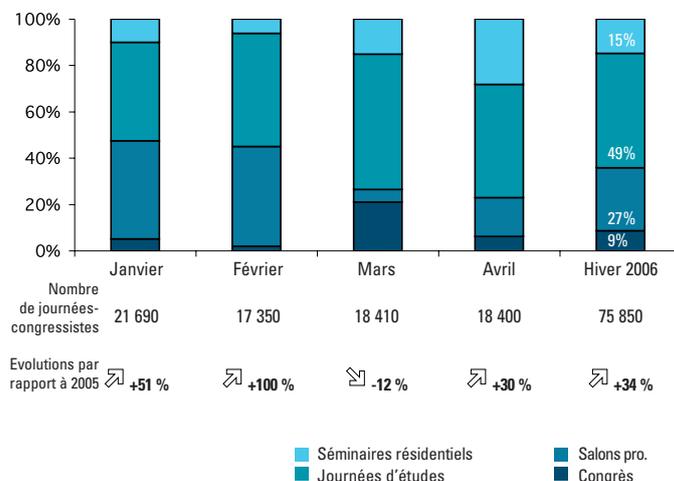
	offre	fréquentation		
🏨	7 145 lits, soit 42% de l'Isère	64% de T.O., 457 210 nuitées	+4%	📄
🏠 <sup>1</sup>	1 885 lits, soit 11% de l'Isère	76% de T.O., 63 250 nuitées	+25%	📄
📖	8 musées et sites enquêtés	233 200 visiteurs	-2%	📄

## Le tourisme d'affaires Grenoblois

### Une saison florissante... ☺️

- Au cours de l'hiver 2006 (janvier à avril), près de 1 300 manifestations d'affaires\* ont été accueillies par les centres de congrès, les principaux hôtels et les auditoriums ou grandes salles équipées de la région grenobloise générant ainsi près de 76 000 journées-congressistes\*.
- Ce volume d'activité d'affaires révèle un bilan satisfaisant et en forte croissance puisque l'évolution des journées-congressistes atteint +34% par rapport à 2005 ;
- Deux facteurs principaux expliquent ce constat : la reprise des congrès et des salons professionnels de grande taille et l'augmentation du nombre moyen de participants qui, toutes catégories de manifestations d'affaires confondues, s'élève désormais à 42 personnes contre 31 en 2005.
- La moitié des journées-congressistes sont le fruit des journées d'études qui « polarisent » l'essentiel de l'activité du marché grenoblois, contre 27% pour les salons professionnels, 15% pour les séminaires résidentiels et 9% pour les congrès.
- Enfin, l'activité est répartie de façon assez homogène sur l'ensemble des 4 mois : janvier totalise 29% de l'activité suivi par mars et avril, 24% chacun et février, 23%.

#### Journées-congressistes\* par type de manifestations et évolutions



\* cf. lexique, page 15

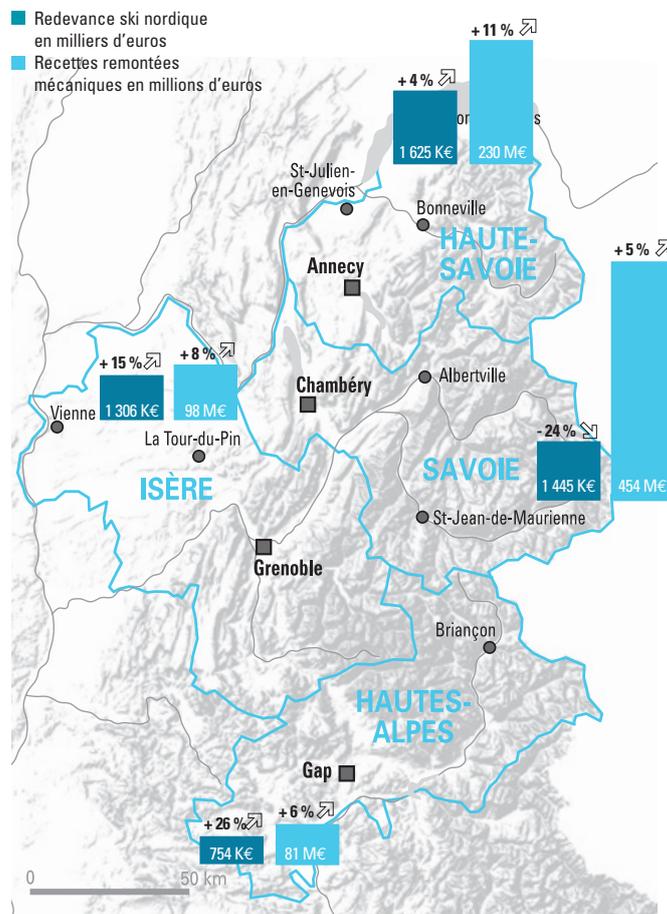
## L'Isère et ses voisins alpins

### Bilan des « activités ski » 🎿

- Au cours de la saison d'hiver 2005-06, les stations de ski françaises enregistrent 56 millions de journées skieurs (+4% par rapport à 2004-05) et une recette des remontées mécaniques de 1 040 millions d'euros (+4%). Côté ski nordique, la redevance nationale atteint le meilleur niveau des 6 dernières années s'élevant à 10,3 millions d'euros (+7%).
- Ce bilan globalement positif est lié au bon enneigement à toute altitude dont la moyenne montagne a pu tirer partie pour la seconde saison consécutive.
- En Isère, l'ensemble des massifs enregistre d'importantes augmentations par rapport aux résultats moyens des 5 hivers précédents, excepté l'Oisans dont la recette des remontées mécaniques est stable (+1%) tandis que celle du ski nordique est en forte baisse (-30%).
- Les voisins alpins de l'Isère affichent également des résultats en hausse, à l'exception de la Savoie dont la redevance de ski nordique est en recul.

### Et de quelques hébergements marchands

- Les départements savoyards dressent un bilan de saison à l'image de celui de l'Isère : des vacances de Noël desservies par les jours fériés tombant un dimanche, celles de février en légère baisse mais satisfaisantes et celles de Pâques tardives mais d'un bon niveau ; le mois de janvier est jugé bon tandis que mars accuse un recul de fréquentation.
- Les taux d'occupation des hébergements de l'Isère restent inférieurs à ceux de la Savoie mais proches de ceux de la Haute-Savoie.

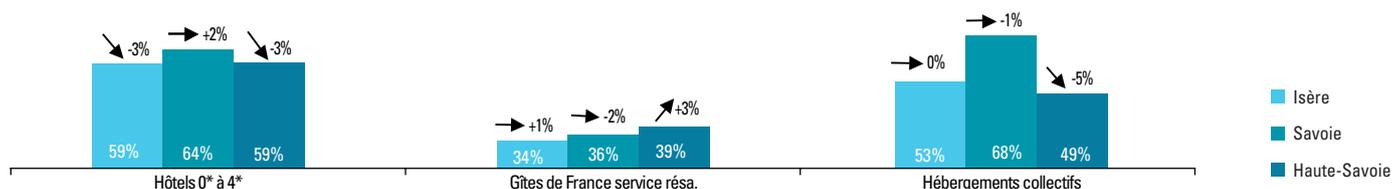


% : évolution par rapport à la moyenne des 5 hivers 2000-01 à 2005-06 (en euros constants)

Sources : SNTF/SEATM/Associations départementales de ski de fond

### Les performances des 3 départements alpins

Taux d'occupation et évolution des hébergements marchands



% : évolutions des nuitées par rapport à 2004-05

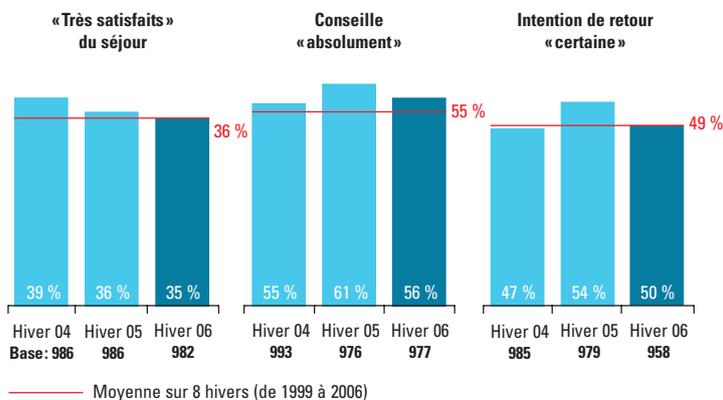
## Ce qu'il faut retenir de la satisfaction de la clientèle

### Un niveau de satisfaction stable d'un hiver à l'autre

Les trois critères de satisfaction générale affichent des résultats en léger retrait par rapport à l'hiver 2004-05. Néanmoins, ils demeurent supérieurs ou égaux à la moyenne enregistrée sur huit ans.

### Le « bouche à oreille » et l'intention de retour « certaine » d'autant plus élevés que le séjour est réussi

75% des séjournants « très satisfaits » déclarent recommander leur lieu de séjour à leur entourage contre 60% en moyenne ; 68% expriment une intention de retour « certaine » contre 54% en moyenne. Deux bonnes raisons de soigner la satisfaction des clients.



*Précision méthodologique : pour évaluer le niveau de satisfaction de la clientèle, seuls les « très satisfaits » sont retenus. En effet, 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.*

(1) 50 ans et plus.

(2) Au moins un séjour déjà réalisé dans la station.

(3) Un focus a été fait cet hiver sur la clientèle familiale. Par clientèle « familiale » on entend, ici, la clientèle venue en séjour avec des enfants.

### Les seniors<sup>1</sup>, « ambassadeurs » des stations de l'Isère

En effet, 65% d'entre eux se sont déclarés prêts à recommander « absolument » leur lieu de séjour contre 47% parmi les moins de 34 ans et 62% affichent une intention « certaine » de retour contre 45% parmi les moins de 34 ans.

### La nouvelle clientèle demeure plus difficile à convaincre

Seulement 52% des « nouveaux venus » se disent prêts à recommander leur lieu de séjour à leur entourage contre 64% parmi la clientèle d'« habitués » et 24% affichent une intention de retour « certaine » contre 66% parmi les « habitués ». A noter que l'écart de satisfaction demeure similaire que la clientèle soit en hébergement marchand ou non.

### La clientèle « familiale »<sup>3</sup> plutôt satisfaite, de façon générale, de son séjour en Isère

80% des personnes interrogées sont venues en séjour avec au moins un enfant dont 63% avec un enfant âgé de moins de 12 ans. Cette clientèle affiche un niveau de satisfaction un peu plus élevé que la clientèle venue sans enfants. En effet, 62% d'entre elle déclare recommander « absolument » la destination à son entourage contre 51% pour la clientèle venue sans enfants et 56% affirme une intention « certaine » de retour contre 44% pour la clientèle venue sans enfants. En revanche on n'observe pas de différence significative du niveau de satisfaction selon l'âge des enfants (plus ou moins 12 ans).

**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

Les aspects du séjour les plus appréciés par la clientèle concernent en premier lieu le cadre et l'environnement naturel et l'accueil dans les offices de tourisme.

A l'opposé et comme souligné lors des vagues d'enquête précédentes, les critères relatifs au déroulement quotidien du séjour - commerces, aménagements, déplacements, stationnement - demanderaient à être améliorés pour mieux répondre aux exigences de la clientèle.



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 ⇒
L'accueil dans les Offices de tourisme ⇨	La pratique de la raquette ou de la luge ⇒	Le stationnement ⇨
La facilité pour réserver hébergement ou séjour ⇒	Les possibilités de promenades et de randonnées ⇒	Le prix de l'hébergement marchand ⇒
Les domaines nordiques (étendue, préparation, entretien, balisage) ⇒	Le confort et l'équipement des hébergements marchands ⇒	Le prix des commerces et le coût global du séjour ⇨
Les écoles de ski ou le jardin d'enfants*	La propreté des lieux ⇨	Les animations pour les familles*
	Les domaines alpins (étendue, préparation, entretien, balisage) ⇨	La sécurité et la facilité des déplacements*
	Le temps d'accès à la station*	L'accueil des familles*
	Les possibilités de garde pour les enfants *	

Le sens des flèches indique l'évolution globale de chaque critère par rapport à l'hiver 2004-05. Pour le classement des critères se reporter au lexique page 15.

\* nouveau critère testé en 2005-06.

### Les attentes de la clientèle familiale à bien prendre en compte <sup>1</sup>

Les écoles de ski ou le jardin d'enfants génèrent le plus fort taux de satisfaction avec 47% de la clientèle qui s'en déclare « très satisfaite » ; les possibilités de garde (garderies, clubs, animations) ne font que 25% de « très satisfaits ». Enfin l'accueil réservé à la clientèle « familiale » est perçu comme « très satisfaisant » par seulement 19% d'entre elle et les animations destinées aux familles, par 15%.

(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.

(4) Voir Atelier-Actions n° 27 « Travailler la clientèle famille/enfants ».

### S'adapter aux attentes multiples des familles<sup>2</sup>

Les familles françaises ont changé : familles « traditionnelles » les plus nombreuses mais en diminution, familles « monoparentales » et « recomposées », en augmentation. Les vacances sont plus que jamais un moment essentiel de « retrouvailles<sup>3</sup> » : « être et faire ensemble », « jouer ensemble » tout en se préservant des moments « à soi ». Prendre en compte ces évolutions mais aussi l'âge des enfants<sup>4</sup> est essentiel pour proposer une offre adaptée. En termes de services : en Autriche, les moniteurs de ski viennent chercher les enfants dans les hébergements. En termes de structures : les Maisons des « P'tits Montagnards », les espaces ludiques comme le territoire du « Grand Cry » aux Gets ou le « Mickey Snow club » à Grandvalira en Andorre accueillent parents et enfants. Autant de pistes de développement possibles à considérer...

## En séjour dans les massifs

### Belledonne



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
34%	Les aménagements	L'école de ski
56%	Le balisage du domaine alpin	Le stationnement
47%		La facilité de réservation
		L'accueil de façon générale
		La facilité de déplacements
		Les écoles de ski ou jardin d'enfants

**Un niveau de satisfaction générale qui s'affiche dans la moyenne de l'ensemble des massifs. Une perception assez critique des prestations offertes.**

### Chartreuse



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
54%	L'accueil de façon générale	La sécurité des déplacements
48%	Le cadre naturel	Les aménagements
53%	Le stationnement	Les animations « famille »
	Le confort de l'hébergement	Le domaine alpin
	Les écoles de ski ou jardin d'enfants	

**Un séjour satisfaisant. De nombreux points forts à mettre en avant. Cependant quelques « inconveniences »<sup>1</sup> à ne pas négliger.**

### Oisans



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
24%	Le domaine alpin	Le temps d'accès
51%	Les commerces	Le stationnement
43%		La propreté
		L'accueil de façon générale
		La sécurité des déplacements

**Un niveau de satisfaction générale légèrement en retrait. Les domaines alpins demeurent le principal atout de l'Oisans. Une accessibilité à améliorer.**

### Sud Isère



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
42%	Le cadre naturel	Les commerces
73%	Le coût du séjour	
43%	L'accueil (Offices de tourisme)	

**Une destination appréciée et qui bénéficie d'un large « bouche à oreille ». Une offre en matière de commerces à développer.**

### Vercors



indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
34%	Le confort de l'hébergement	Les animations « famille »
65%	Le ski nordique	La pratique de la luge
60%	La sécurité des déplacements	

**Des séjours qui apparaissent réussis. Une attention particulière à porter sur les animations pour la famille.**

« très satisfaits » conseillant « absolument » la destination « certains » de revenir

*Pour le classement des critères, se reporter au lexique page 15.*

*(1) La « convenience » exprime le besoin de « fluidité », facilité, commodité, « 0% ennui ». Carnet de Route de la Montagne. AFIT – New Deal 2000.*

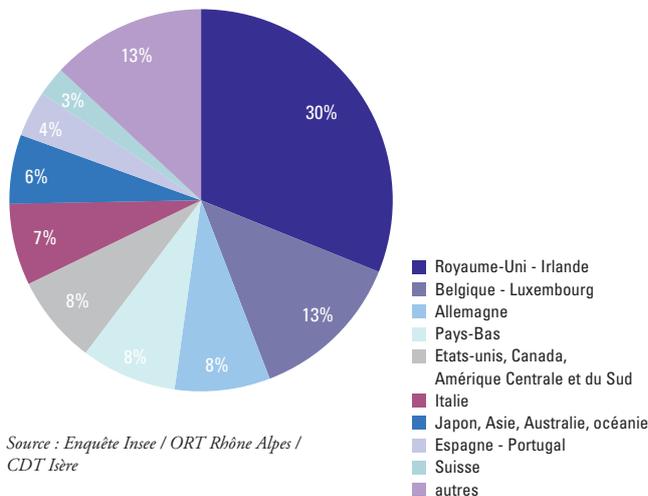


## La clientèle étrangère en hôtellerie

### 20% de la clientèle des hôtels de l'Isère est étrangère

- Au cours de l'hiver 2005-06, les hôtels de l'Isère ont enregistré une part de clientèle étrangère de l'ordre de 20%.
- Près d'un tiers de cette clientèle étrangère sont Britanniques, 13% Belges ou Luxembourgeois. Arrivent ensuite les Allemands, les Néerlandais et les Américains à part égale : 8%.

*Attention : En raison du changement méthodologique de l'enquête hôtelière initié, sur le plan national, par l'INSEE depuis janvier 2006 et d'un taux de réponse insuffisant à la question sur les nationalités des étrangers, nous ne sommes pas en mesure de communiquer des évolutions de la fréquentation de ces clientèles au cours de cette saison hivernale.*



Source : Enquête Insee / ORT Rhône Alpes / CDT Isère

## Trafic de l'aéroport Grenoble-Isère

### Fréquentation record cet hiver, en hausse de +94%

- L'aéroport de Grenoble-Isère a connu cet hiver un record historique en termes de trafic : il a accueilli 341 024 voyageurs, un résultat supérieur de +94% à celui de l'hiver 2004-05.
- Le trafic régulier affiche la plus forte progression, notamment sur les lignes en provenance de la région londonienne (+600%) dont l'offre de vols a été triplée.
- Les « charters d'hiver » enregistrent quant à eux une hausse de +30%. Avec 192 000 voyageurs, ils représentent 56% du trafic global.
- Près des trois quarts des voyageurs de l'aéroport sont une clientèle « import ». 47% des passagers skieurs prennent la route des stations de l'Isère et presque autant partent en destination de la Savoie.

### Un trafic à dominance Britannique

- 236 000 passagers ont voyagé sur les lignes en provenance du Royaume Uni / Irlande, soit près de 70% du trafic global. Ce marché affiche la plus forte progression : +108%.

- Le marché Scandinave arrive en seconde position avec plus de 50 000 voyageurs et une progression de +40%, suivi du marché Russe : 24 000 voyageurs, +25%.

### Le trafic de l'aéroport Grenoble-Isère

	Passagers hiver 2005/06	Evolution par rapport à 2004-05
Royaume-Uni / Irlande	236 116	+109%
Pays-Bas	31 342	+60%
Russie	24 185	+25%
Suède	18 060	+27%
Italie*	9 111	-
Pologne	3 609	+908%
Autres	18 601	+109%
<b>Total</b>	<b>341 024</b>	<b>+94%</b>

\* aucun passager en 2004-05

Source : Aéroport Grenoble Isère – Statistiques de trafic mensuelles et Enquête passagers janvier /février 2006

# Lexique et méthodologies

## Lexique

### 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.

$(\text{Taux N} - \text{Taux N-1}) / \text{Taux N-1}$

### 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.

### Manifestations d'affaires

congrès, séminaires résidentiels, journées d'études et salons professionnels.

### Journées-congressistes

nombre de participants aux manifestations d'affaires multiplié par la durée de la manifestation.

### «Très satisfaits» du séjour

part des personnes interrogées déclarant être « très satisfaites » de leur séjour (sur une échelle de 6 points).

### « Conseille absolument »

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 Logis de France, Gîtes de France, Dauphiné Ski Nordique, le Syndicat National des Téléphériques de France, l'ORT et l'INSEE Rhône-Alpes, l'ensemble des hébergements marchands, sites, musées, festivals, salles et centres de congrès ainsi que les offices de tourisme, maires et responsables des stations enquêtées

### Intention de retour «certaine»

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

**Classement des 29 critères de satisfaction :** il tient compte à la fois du % de personnes « très satisfaites » et de la note moyenne obtenue à chaque critère.

«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
- 1 400 personnes interrogées dans 13 stations de sports d'hiver

- Echantillon reconstitué selon la méthode dite « des itinéraires »

- Interrogation en face à face par des enquêteurs du CDT

- Les 16, 17, 23 et 24 février 2006

- 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 2005-06 s'étend de novembre 2005 à avril 2006.

### 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 2005-06, 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, l'ADT Vercors 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)

