

**LETTRE DE  
L'OBSERVATOIRE**

CDT  
bilan hiver 2000-01  
numéro 2  
neige : un rendez-vous manqué !

# isère



**DESTINATION ISERE**



## Fréquentation touristique hivernale

Quelques repères	03
Ce qu'il faut retenir de l'hiver 2000-01	04 et 05
La fréquentation touristique en montagne	06 et 07
La fréquentation touristique à Grenoble et en « plaine et collines »	08
L'Isère et ses voisins alpins	09

## Satisfaction de la clientèle touristique

Ce qu'il faut retenir de la satisfaction de la clientèle	10
La satisfaction de la clientèle en séjour	11
La satisfaction de la clientèle par massif	12

## Profil des clientèles hivernales

La clientèle française en Isère	13
La clientèle étrangère en Isère	14

Lexique et méthodologies	15
--------------------------	----

## neige :

### un rendez-vous manqué !

Face à un marché mature, fortement concurrentiel et en pleine mutation, la Montagne Française a maintenu ses parts de marché. Pourtant, on constate un net déséquilibre entre les stations de haute altitude qui affichent des résultats en hausse et celles de moyenne montagne qui connaissent de sérieuses difficultés.

Cette tendance est observée en Isère : les indicateurs touristiques départementaux révèlent une progression mais les résultats par massif ou par secteur d'activité dévoilent une situation très inégale.

Ce constat met une fois de plus en exergue la forte concentration de l'activité hivernale sur le massif de l'Oisans. Totalisant près 60 % des nuitées, la hausse de sa fréquentation globale influence de façon considérable le bilan isérois.

À l'inverse, la fréquentation touristique de la moyenne montagne, pénalisée par le manque de neige, est orientée à la baisse.

Paradoxalement, le Vercors et la Chartreuse enregistrent les meilleurs taux de « clientèles très satisfaites de leur séjour » ! La réactivité des professionnels (animations, activités, bus à destination des stations enneigées...) aurait eu raison du manque de neige... ? Reste à savoir quelles seront les retombées « d'une saison sans neige » sur l'image des stations et sur les prochaines réservations...

## Quelques repères

### La conjoncture nationale : une activité très contrastée

- Plus d'un tiers des Français (36,7 %) ont pris la route des vacances au cours de l'hiver 2000-01 : un taux de départ globalement stable ces dernières années.

☹️ • La part de marché de la Montagne tend à se maintenir (8,1 % de taux de départ) : baisse du nombre de séjours (- 5,9 %) mais une durée de séjour allongée (6,2 nuits contre 5,9 en 2000) qui permet une stabilité des nuitées (- 0,4 %).

- De forts contrastes, toutefois,

→ *climatiques* : des massifs pourvus en neige et d'autres pénalisés par des pluies abondantes.

→ *géographiques* : les difficultés rencontrées par la moyenne montagne « profitent » aux stations d'altitude.

→ *par secteurs d'activité* : hausse du chiffre d'affaires des remontées mécaniques de 2,5 % alors que la redevance nationale du ski de fond chute de 28,1 %.

→ *selon les périodes* : l'activité des vacances scolaires bien moins tributaire de la météo que les mois de janvier et mars.

### L'or blanc désespérément attendu...

DÉCEMBRE-JANVIER : météo exceptionnellement douce, pluvieuse et peu ensoleillée, obligeant les stations à se contenter des abondantes, mais insuffisantes, chutes de neige du mois de novembre.

Le beau temps domine durant la première quinzaine de FÉVRIER. Quelques flocons apparaissent au cours de la seconde moitié, mais le manteau neigeux reste très déficitaire en dessous de 1 500 mètres.

MARS : nombreuses et fortes perturbations accompagnées d'une extrême douceur.

AVRIL-MAI : la neige pointe son nez, trop tard : de nombreuses stations avaient déjà fermé leur domaine skiable, faute de neige!

### Que s'est-il passé en Isère au cours des 5 derniers hivers ?

- Après un « mauvais » hiver 1996-97 principalement désavantagé par un découpage des vacances scolaires du mercredi au mercredi, le T.O. des hébergements marchands s'établit pendant 3 saisons de suite à un niveau moyen de 50 %.

😊 • L'activité des hébergements marchands en hiver 2000-01 apparaît supérieure à celle des hivers précédents avec un T.O. saisonnier de 54 % :

→ *L'activité est en hausse durant toute la saison mais l'est davantage pendant les fêtes de fin d'année grâce à une exceptionnelle semaine de Noël.*

→ *Des résultats « tirés vers le haut » par le massif de l'Oisans.*

### Taux d'occupation, Hébergements marchands

T.O.	Vac. de Noël	Vac. de Février	Vac. de Pâques	Hiver
1995-96	49 %	72 %	31 %	49 %
1996-97	48 %	65 %	33 %	45 %
1997-98	58 %	71 %	39 %	50 %
1998-99	57 %	68 %	35 %	49 %
1999-00 <sup>1</sup>	49 %	67 %	41 %	49 %
<b>T.O. moyen 1995-96 à 1999-00</b>	52 %	69 %	36 %	48 %
<b>2000-01</b>	64 %	72 %	44 %	53 %

(1) Hors hébergements collectifs (rénovation de l'enquête).  
T.O. voir lexique page 15.

## Ce qu'il faut retenir de l'hiver 2000-01

### Zoom sur quelques hébergements

#### ☺ Une bonne saison pour...

##### Les résidences de tourisme

- Elles retrouvent leur niveau d'activité des saisons 96-97 et 97-98.
- T.O. saisonnier de 70 %, de loin la meilleure performance des hébergements marchands.
- Excellente saison aux Deux Alpes: + 26 % (présence accrue de clientèles françaises) et à l'Alpe d'Huez: T.O. saisonnier de 90 %, + 9 % (progression des étrangers).

→ Sur le plan national, le leader européen « Pierre & Vacances » affiche 87 % d'occupation sur l'hiver (+ 7 %).

##### Les hébergements collectifs

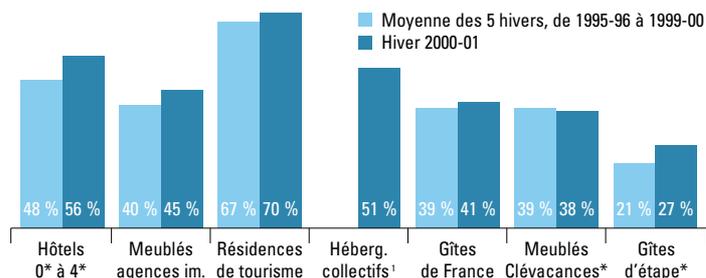
- Avec un T.O. de 51 %, ils réalisent 21 % des nuitées alors qu'ils ne représentent que 15 % des lits.
- Clientèle essentiellement composée de familles (46 %) et de colonies ou classes de neige (45 %) en séjour pour une semaine (85 %).

#### ☹ Une activité constante depuis plusieurs saisons pour...

##### L'hôtellerie

- T.O. saisonnier de 56 %, + 16 % par rapport à la moyenne des 5 derniers hivers.
- Toutefois, si le T.O. est supérieur, le nombre de clients se maintient.
- Il s'agit en réalité d'une évolution des profils de clientèle: hausse de la fréquentation pour motif d'affaires à Grenoble et en « Plaine

### Les performances des hébergements



(\*) Comparaison par rapport à l'hiver 1999-00.  
(1) Rénovation de l'enquête en 1999-00.

et Collines» (durées de séjour inférieures et remplissage des chambres plus faible) et baisse des séjours d'agrément en Montagne.

→ En France, hausse de 4 % pour les hôtels avec un T.O. de 54 %.

##### Les Gîtes de France en service réservation

- Activité relativement constante depuis 5 hivers.
  - Un T.O. saisonnier de 41 % qui atteint près de 80 % à Noël et en février.
- Au niveau régional, progression de 10 % grâce aux bons résultats des 2 Savoie (+ 17,5 %).

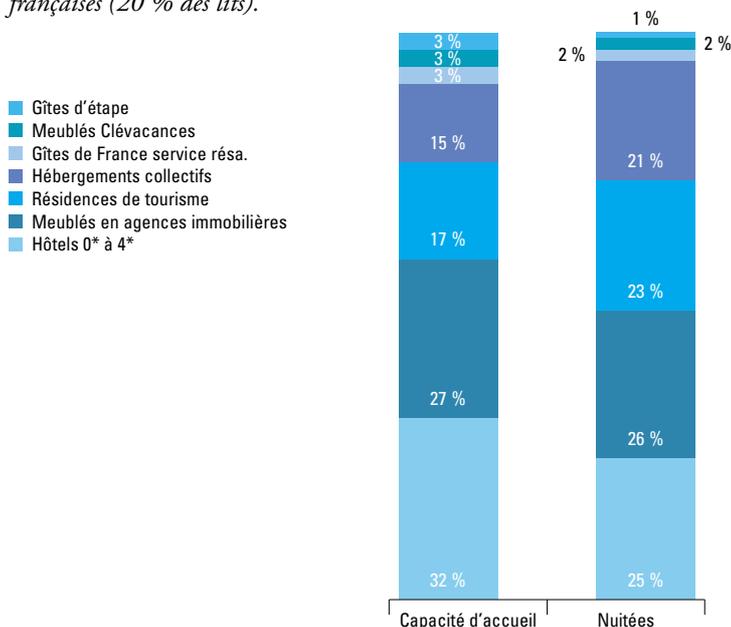
### Une saison « sauvée » pour...

##### Les agences immobilières

- En progression de 13 % par rapport à la moyenne des 5 derniers hivers.
- Toutefois, le T.O. saisonnier reste faible atteignant tout juste 45 % alors qu'elles représentent la plus grande capacité de l'Isère (26 % des lits).
- Une activité « tirée à la hausse » par les stations de haute altitude.

Les meublés Clévances affichent un remplissage moyen de 38 % sur la saison, confirmant la reprise d'activité engagée en 98-99.

→ Les meublés locatifs, 1<sup>er</sup> mode d'hébergement marchand des stations françaises (20 % des lits).



# Fréquentation touristique hivernale

## Zoom sur quelques territoires...

### 😊 La « destination ville » en vogue

- Les hébergements marchands comme les sites et musées de Grenoble affichent une activité en hausse.

→ Le tourisme urbain en France connaît une légère hausse de fréquentation depuis plusieurs années (+ 1,5 % de séjours) mais la durée du séjour est la plus courte (4,6 nuits contre 6,5).

### Le Vercors et la Chartreuse pénalisés par le manque de neige

- Ces deux massifs accusent les plus importantes baisses d'activité au niveau des hébergements et de la pratique du ski.

→ À noter : pour satisfaire les clientèles en séjour, les stations de ces massifs ont déployé de gros efforts afin de mettre en place des navettes vers les stations voisines plus enneigées et de proposer des activités de substitution.

## L'activité des sites et musées

😊 655 000 personnes ont visité les 60 principaux sites et musées de l'Isère soit 2 % de plus que l'an dernier.

- Stabilité de la fréquentation des sites ou musées culturels
- Progression du nombre d'entrées des sites de loisirs de 3 %.

→ Une évolution qui suit la tendance observée en hébergements marchands.

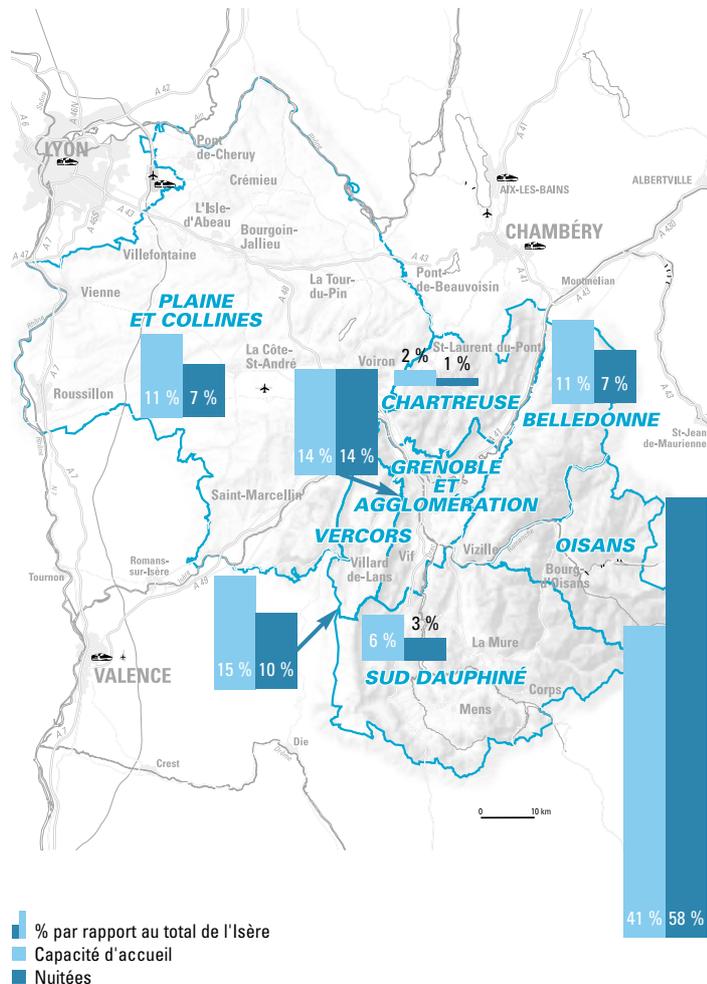
→ Une bonne performance dans un marché national orienté à la baisse (- 3,08 %).

## L'activité des sites et musées

	Sites culturels,	de loisirs	Total
Nombre total de visiteurs <sup>1</sup>	265 110	389 240	654 350
Évolution par rapport à 1999-00	+ 1 % ⇔	+ 3 % ↗	+ 2 % ↗
Part des entrées en groupes			35 %
Part des entrées gratuites <sup>2</sup>			40 %

(1) 60 sites et musées enquêtés.

(2) Part calculée sur les sites à entrées payantes uniquement.



## Les chiffres clés

<b>Capacité d'accueil*</b>	70 000 lits
<b>Nuitées totales*</b> par rapport à 1999-00	4,3 millions + 6 % ↗
<b>T.O. moyen*</b> par rapport à la moyenne 95-96 à 1999-00	53 % + 12 % ↗
	+ 10 % ↗
<b>Part de la clientèle étrangère</b> par rapport à 1999-00	27 % + 4 % ↗
<b>Chiffre d'affaires des remontées mécaniques</b> (en francs) par rapport à 1999-00	475 millions - 9 % ↘
<b>Redevance du Ski de Fond</b> (en francs) par rapport à 1999-00	4,7 millions - 50 % ↘

(\*) 7 hébergements marchands.

## La fréquentation touristique en Montagne

### Les séjours dans les massifs isérois

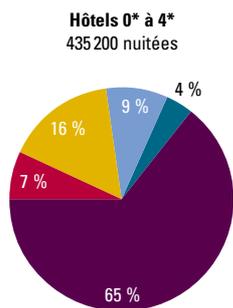
#### Un bilan orienté à la hausse malgré l'enneigement déficitaire...

Avec un T.O. saisonnier de 53 %, l'activité des hébergements marchands progresse de + 11 %.

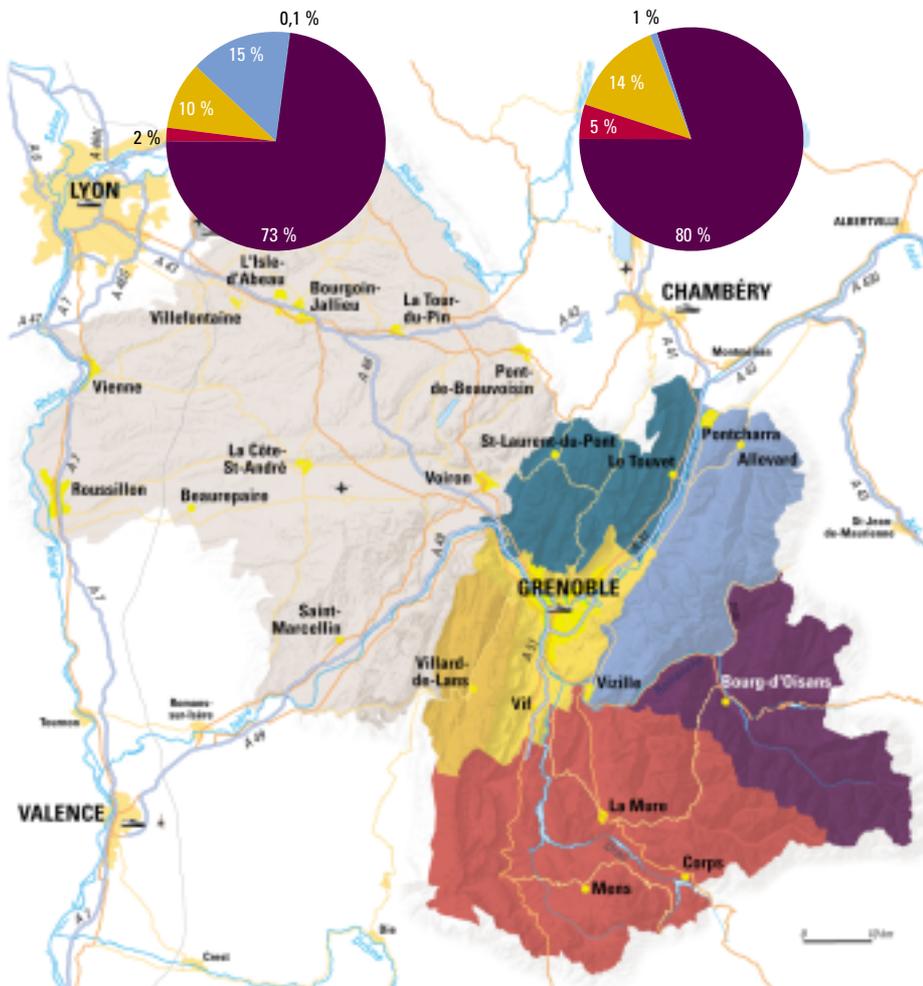
Les très bons résultats de l'Oisans – qui a bénéficié d'un report des clientèles des stations de basse et moyenne altitude – tirent le bilan global vers le haut et masquent les résultats mitigés, ou en baisse, des autres massifs. Son poids, déjà considérable, se monte à 70 % des nuitées de la montagne cet hiver!

Un constat<sup>1</sup> confirmé par l'étude des flux touristiques : 4,7 millions de nuitées en Oisans et à Chamrousse (+ 3,4 %).

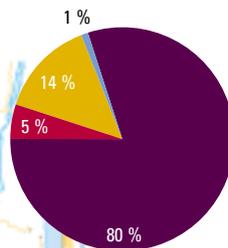
(1) Source: ORT Rhône-Alpes/B.E.T.F. MARCHAND étude des flux sur le périmètre à neige régional – hiver 2001.



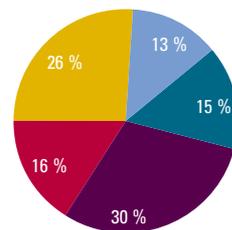
**Meublés agences immobilières**  
1 095 500 nuitées



**Résidences de tourisme**  
967 650 nuitées



**Gîtes de France service résa.**  
62 400 nuitées



■ Belledonne  
■ Chartreuse  
■ Oisans  
■ Sud Dauphiné  
■ Vercors

# Fréquentation touristique hivernale

## Belledonne



	offre		fréquentation		
	1350 lits,	soit 6 % de l'Isère	39040 nuitées,	37 % de T.O.	+ 1 % →
	3785 lits,	soit 20 % de l'Isère	165400 nuitées,	37 % de T.O.	- 1 % →
	180 lits,	soit 10 % de l'Isère	nc	40 % de T.O.	+ 1 % →
	88 RM,	soit 20 % de l'Isère	79 MF de chiffre d'affaires,		- 15 % ↘
	129 km,	soit 10 % de l'Isère	967 100 F de chiffre d'affaires,		- 22 % ↘

-  hôtels classés 0\* à 4\*
-  meublés en agences im.
-  résidences de tourisme
-  gîtes en centrale
-  remontées mécaniques
-  ski de fond
- nc non communiqué

## Chartreuse



	offre		fréquentation		
	560 lits,	soit 3 % de l'Isère	16 140 nuitées,	37 % de T.O.	+ 1 % →
	235 lits,	soit 13 % de l'Isère	nc	39 % de T.O.	+ 15 % ↗
	43 RM,	soit 10 % de l'Isère	3 MF de chiffre d'affaires,		- 72 % ↘
	212 km,	soit 16 % de l'Isère	217 000 F de chiffre d'affaires,		- 72 % ↘

(T.O.) voir lexique page 15.

(RM) Nombre de remontées mécaniques.

(Km) Nombre de kilomètres de pistes en linéaire.

(MF) Millions de francs.

## Oisans



	offre		fréquentation		
	4540 lits,	soit 21 % de l'Isère	282670 nuitées,	61 % de T.O.	+ 9 % ↗
	9710 lits,	soit 52 % de l'Isère	799260 nuitées,	59 % de T.O.	+ 20 % ↗
	7800 lits,	soit 64 % de l'Isère	775420 nuitées,	78 % de T.O.	+ 11 % ↗
	460 lits,	soit 25 % de l'Isère	nc	38 % de T.O.	+ 4 % ↗
	166 RM,	soit 39 % de l'Isère	373 MF de chiffre d'affaires,		+ 8 % ↗
	117 km,	soit 9 % de l'Isère	363 100 F de chiffre d'affaires,		+ 11 % ↗

## Sud Dauphiné



	offre		fréquentation		
	1020 lits,	soit 5 % de l'Isère	29440 nuitées,	37 % de T.O.	+ 1 % →
	240 lits,	soit 13 % de l'Isère	nc	30 % de T.O.	+ 3 % →
	49 RM,	soit 11 % de l'Isère	3 MF de chiffre d'affaires,		- 74 % ↘
	329 km,	soit 26 % de l'Isère	105600 F de chiffre d'affaires,		- 76 % ↘

## Vercors



	offre		fréquentation		
	1665 lits,	soit 8 % de l'Isère	67 890 nuitées,	41 % de T.O.	- 10 % ↘
	4340 lits,	soit 23 % de l'Isère	111 280 nuitées,	17 % de T.O.	- 17 % ↘
	1885 lits,	soit 16 % de l'Isère	137 860 nuitées,	59 % de T.O.	- 2 % →
	385 lits,	soit 21 % de l'Isère		43 % de T.O.	- 7 % ↘
	81 RM,	soit 19 % de l'Isère	17 MF de chiffre d'affaires,		- 72 % ↘
	424 km,	soit 33 % de l'Isère	3 MF de chiffre d'affaires,		- 53 % ↘

## La fréquentation touristique à Grenoble et en « plaine & collines »

### Bonne saison pour le tourisme urbain et rural

Seulement 7 % des nuitées en hébergements marchands sont réalisées dans le secteur Plaine & Collines et 14 % dans l'agglomération grenobloise. Toutefois, ces deux territoires connaissent globalement une hausse de fréquentation.

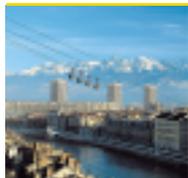
Plaine & Collines	offre	fréquentation
 5560 lits, soit 26 % de l'Isère	221 280 nuitées, 54 % de T.O.	+ 15 % ↗
 280 lits, soit 15 % de l'Isère	nc	51 % de T.O. 0 % ⇔
 27 musées et sites sur 60 enquêtés	125 270 visiteurs,	+ 1 % ⇔



-  hôtels classés 0\* à 4\*
-  résidences de tourisme
-  gîtes en centrale
- nc** non communiqué
- m** musées et sites

(T.O.) voir lexique page 15.

Grenoble & agglomération	offre	fréquentation
 6945 lits, soit 32 % de l'Isère	405 270 nuitées, 61 % de T.O.	+ 6 % ↗
 965 lits, soit 8 % de l'Isère	50 650 nuitées, 75 % de T.O.	+ 9 % ↗
 9 musées et sites sur 60 enquêtés	222 230 visiteurs,	+ 3 % ↗



### Les principaux sites et musées

350 000 visiteurs ont été accueillis dans les 36 principaux sites ou musées de Grenoble et de Plaine & Collines. Une fréquentation identique à l'hiver précédent mais qui masque quelques disparités d'évolution d'un équipement à l'autre :

### 10 principaux sites de Grenoble et Plaine & Collines

	Fréquentation	par rapport à 1999-2000
Musée de Grenoble	65 305	0 % ⇔
Téléphérique de Grenoble	64 215	+ 6 % ↗
Musée Dauphinois de Grenoble	29 440	+ 28 % ↗
Musée et Sites Archéo. de St Romain en Gal	26 180	+ 2 % ↗
Musée de l'Ancien Évêché à Grenoble	11 690	- 7 % ↘
Musée de Résistance et Déportation à Grenoble	9 120	+ 5 % ↗
Théâtre Antique à Vienne	8 645	+ 4 % ↗
Paradis du Chocolat à La Côte St André	6 165	- 15 % ↘
Cité Médiévale de Crémieu	5 905	- 1 % ↘
Cloître St André Le Bas à Vienne	4 680	- 13 % ↘

Remarque :

Sont présentées ici les fréquentations des sites nous autorisant à diffuser leurs résultats (n'apparaissent pas par exemple, les Grottes de Choranche et de La Balme ou le Muséum d'Histoire Naturelle de Grenoble...).

## L'Isère et ses voisins alpins

### Difficultés pour l'activité « ski » en Isère

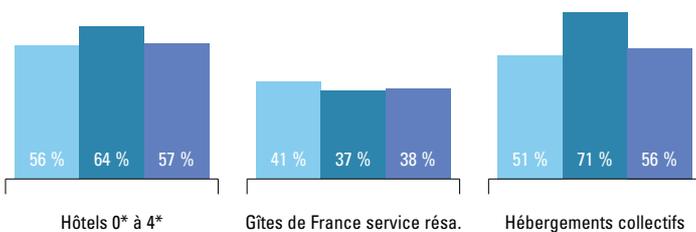
☹️ • L'Isère est le seul des 4 départements alpins à voir son chiffre d'affaires des remontées mécaniques diminuer : il accuse une baisse de - 9 % alors que les Hautes-Alpes et la Savoie affichent une progression du même ordre.

• Si la redevance de ski de fond est inférieure aux résultats de l'hiver dernier dans chacun des départements (excepté en Savoie), l'Isère accuse la plus forte baisse (- 49 %).

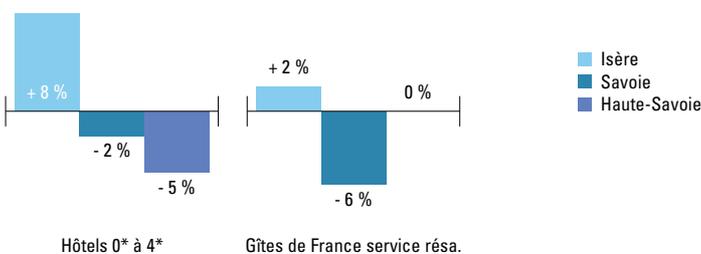
• La Savoie domine largement le marché du ski : totalisant 48 % du chiffre d'affaires national des remontées mécaniques et un quart des recettes nationales du ski de fond, elle est le 1<sup>er</sup> département français.

→ En France, les remontées mécaniques ont enregistré 5,135 milliards de francs de chiffre d'affaires, résultat en très légère hausse de 1,2 % en francs constants par rapport à l'hiver 1999-00. La redevance nationale de ski de fond atteint 44 638 000 francs mais recule de - 28 %.

### T.O. : hiver 2000-01



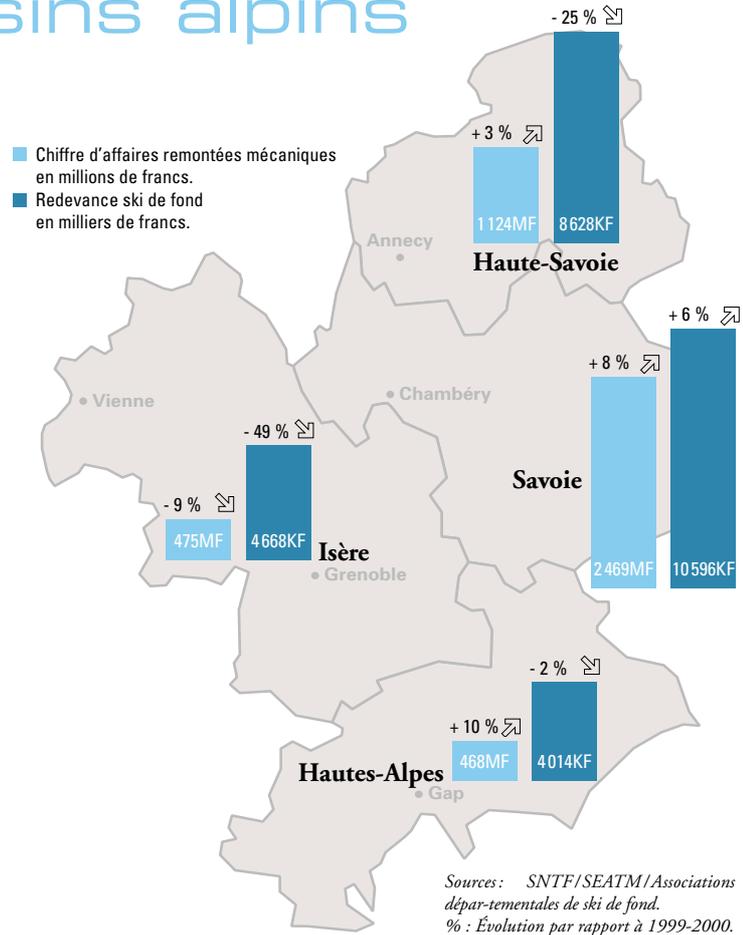
### Évolution du T.O. par rapport à l'hiver 1999-00



#### Remarque :

Une différence de méthodologie de l'enquête de fréquentation des hébergements marchands entre le département des Hautes-Alpes et les 3 autres départements alpins ne nous permet pas, par souci de fiabilité, de comparer les résultats.

Sources : Agences et Comités Départementaux du Tourisme – INSEE-ORT Rhône-Alpes – Gîtes de France.



### Mais des résultats corrects pour les hébergements isérois...

• La Savoie rentabilise le mieux ses équipements avec des T.O. souvent les plus élevés mais des évolutions toutefois négatives par rapport à l'hiver dernier.

😊 • L'Isère se situe relativement bien en affichant un niveau d'activité équivalent à celui enregistré dans les 2 Savoie.

→ Durant l'hiver, l'Isère est le 4<sup>e</sup> département le plus visité par les Français, derrière la Haute-Savoie, 3<sup>e</sup> et la Savoie, 2<sup>e</sup> et l'Île de France, en-tête.

Source : SDT – cf. méthodologies p. 15.

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

### Tableau de Bord de la Satisfaction

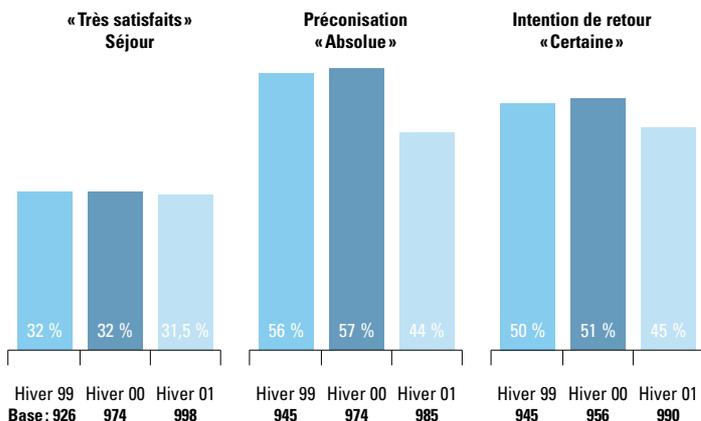
#### Une évolution du niveau de satisfaction globale qui doit inciter à la vigilance

• Un tiers des touristes en séjour interrogés pendant l'hiver 2001 se déclare « très satisfait » de son séjour. Un résultat qui se maintient pour la 3<sup>e</sup> année consécutive.

• En revanche, on observe un tassement du taux de préconisation « absolue » envers la destination (- 13 points) et, dans une moindre mesure, du taux d'intention « certaine » de retour<sup>1</sup> (- 6 points).

→ Est-ce le signe d'une versatilité croissante de la clientèle ? Est-ce la conséquence du faible enneigement de cet hiver ?

(1) Pour une signification précise des indicateurs, se reporter au lexique.



*Précision méthodologique: pour mesurer le niveau de satisfaction générale de la clientèle, nous suivons 3 indicateurs pour lesquels nous retenons le taux de « très satisfait », le taux de préconisation « absolue » envers la destination et le taux d'intention « certaine » de retour. En effet, on ne peut pas se contenter d'un taux de « satisfait » même élevé car les touristes ont une tendance naturelle à surévaluer leur satisfaction, les vacances étant un moment à ne pas « rater ».*

#### Des seniors<sup>2</sup> davantage séduits

• 39 % d'entre eux « très satisfaits » de leur séjour contre 32 % en moyenne;

- 60 % préconisant « absolument » à leur entourage de venir en séjour dans le lieu d'enquête contre 44 % en moyenne;
- 58 % « certains » de revenir contre 45 % en moyenne.

#### Les femmes plus motivées pour un prochain séjour...

• 48 % des femmes interrogées déclarent être « certaines » de revenir contre 40 % des hommes interrogés.

#### ... et la nouvelle clientèle<sup>3</sup> toujours moins satisfaite que la clientèle « d'habitues »

- 27 % d'entre eux « très satisfaits » de leur séjour contre 32 % en moyenne;
- 33 % préconisant « absolument » à leur entourage de venir en séjour dans la station enquêtée contre 44 % en moyenne;
- 22 % « certains » de revenir contre 45 % en moyenne.

→ À noter: le niveau de satisfaction plus élevé de la clientèle « d'habitues » peut s'expliquer de 2 façons: soit elle se conforte sur l'acquisition de sa résidence secondaire quand c'est le cas, soit l'habitude la rend plus indulgente.

#### Ces résultats globaux doivent inciter les professionnels du tourisme à poursuivre leurs efforts pour accroître la satisfaction de leur clientèle.

(2) Les « plus de 56 ans » dans cette enquête.

(3) Premier séjour dans la station.

### Pourquoi s'inquiéter de la satisfaction de la clientèle touristique ?

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 positive en faveur de l'Isère fondée sur le bouche à oreille, principal vecteur d'information et de décision de la clientèle touristique.

## La clientèle en séjour en Isère

### Atouts et faiblesses de l'offre iséroise

Été comme hiver, le cadre, l'environnement naturel, l'accueil dans les Offices de tourisme, les possibilités de promenade et de randonnées constituent les points forts du séjour.

En revanche, des efforts doivent être poursuivis pour répondre aux attentes fondamentales des vacanciers que sont : la Rupture avec le quotidien, les Retrouvailles (en couple, en famille, entre amis) et le Ressourcement (se retrouver soi-même...)



#### A valoriser

#### A surveiller

#### A améliorer

Le cadre et l'environnement naturel	L'accueil des commerçants, des restaurateurs et des hébergeurs	Les activités et les animations proposées aux adultes et aux enfants
La facilité pour réserver l'hébergement ou le séjour	Le confort de l'hébergement marchand	L'attente aux remontées mécaniques, l'attente de façon générale
L'accueil dans les Offices de tourisme	Le balisage et la qualité de préparation des domaines de ski de fond	L'architecture locale
Les possibilités de promenade et de randonnées	Les déplacements dans la station (à pied, en voiture)	Le coût du séjour
L'emplacement de l'hébergement	Les possibilités de pratiquer la raquette	L'étendue et la variété des domaines alpins
L'accès à la station*	La qualité de préparation des domaines alpins	Le prix des commerces et de l'hébergement marchand
		Les commerces et les services proposés
		Les possibilités pour pratiquer la luge

\* Les embouteillages, feraient-ils « partis » des vacances?

27 critères testés.

### Quelques pistes de travail possibles parmi d'autres pour mieux satisfaire la clientèle

#### Accroître la « convenience »<sup>4</sup> (plus de facilité, de fluidité et de commodité), de la préparation à la fin du séjour :

- Faciliter la réservation et l'organisation du séjour : achats des forfaits et à l'avance, location des skis, location de draps...
- Améliorer l'accès et l'accueil (signalétique, livret d'accueil...) notamment au moment des « chassés croisés ».
- Enrichir l'offre de commerces et de services : baby-sitters, garderies, pharmacies, distributeurs de billets, toilettes, bancs...
- Adapter les horaires d'ouverture au rythme de la clientèle.
- Faciliter les déplacements sur place.

#### Améliorer « la qualité et l'esthétique de la vie quotidienne »<sup>5</sup>, durant le séjour :

- Veiller à l'accueil (au téléphone, à l'arrivée, sur place, dans les commerces...).
- Penser aux « petits gestes » (cadeaux de bienvenue, journaux du jour dans les cafés...).
- Supprimer les aménagements inesthétiques, préserver les paysages remarquables, les points de vue, mettre en valeur des éléments du patrimoine (chapelle, four...).
- Rénover les logements pour plus de confort et de « chaleur »...
- Embellir les vitrines, décorer les magasins, les Offices de tourisme.

(4) Carnet de Route de la Montagne – AFIT-New Deal/2000.

(5) Idem.

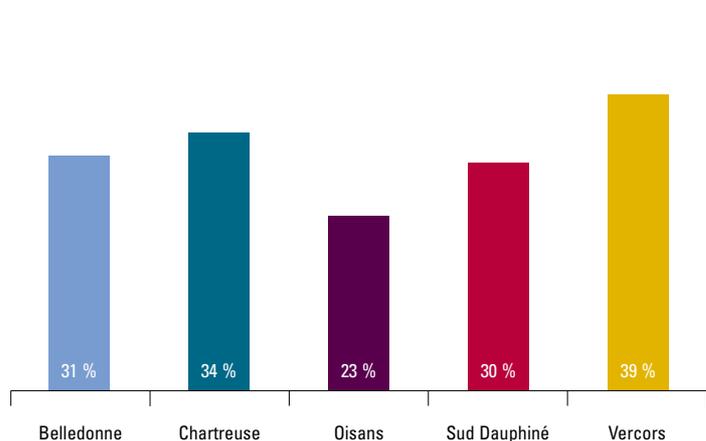
## La clientèle en séjour dans les massifs

### Un niveau de satisfaction globale variable selon les massifs

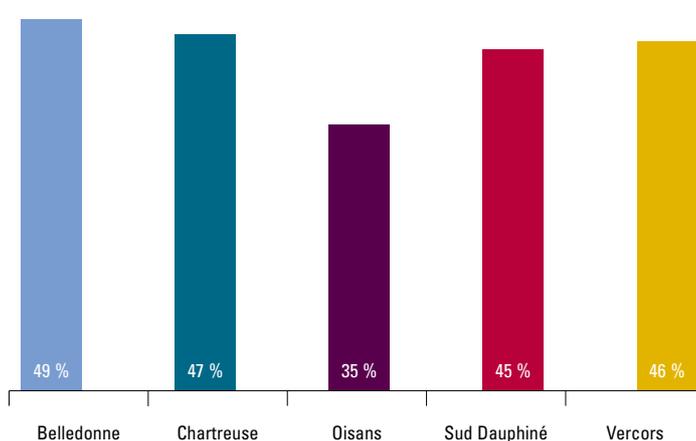
Le Vercors enregistre de meilleurs résultats que les autres massifs malgré le manque de neige. À l'inverse, l'Oisans réalise de moins bons scores.

Des résultats qui montrent que la neige n'est peut-être pas le seul motif de satisfaction ou d'insatisfaction de la clientèle...

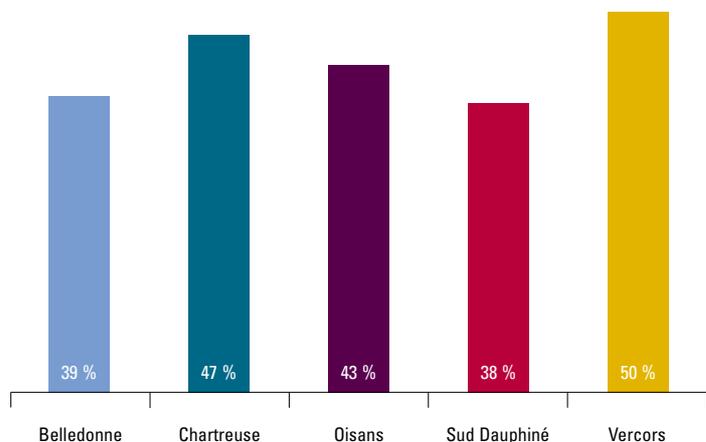
« Très satisfaits » Séjour



Intention de retour « Certaine »



Préconisation « Absolue »



- Globalement, le Vercors enregistre pour chacun des critères testés de meilleurs scores que la moyenne de l'ensemble des massifs, à part pour le ski alpin. Le Vercors satisfait-il mieux sa clientèle que les autres massifs ?
- L'Oisans se démarque par un niveau de satisfaction plus élevé concernant le ski alpin et les activités après le ski et le soir. En revanche, pour tous les autres critères, les résultats sont moins bons ou juste dans la moyenne.
- La Chartreuse se distingue par un niveau de satisfaction plus élevé concernant la qualité de vie (cadre, environnement, architecture) et les possibilités de promenade et de randonnées. Parvient-elle à satisfaire une clientèle peut-être plus contemplative que celle des autres massifs ?
- Le Sud Dauphiné et Belledonne ne se différencient pas vraiment des résultats observés en moyenne. Attention, néanmoins, dans Belledonne à l'architecture et au confort de l'hébergement et dans le Sud Dauphiné à l'offre en commerces et aux activités après le ski, le soir et pour les enfants.

## La clientèle française en Isère

### L'Isère, une destination privilégiée pour les clientèles de proximité

- La région Rhône-Alpes constitue le 1<sup>er</sup> bassin de clientèle de l'Isère réalisant 39,3 % des séjours, soit près de 590 000 séjours. Le Rhône (17 %) et l'Isère (11 %) en sont les principaux émetteurs.
- La clientèle parisienne est le second marché de l'Isère avec 16,5 % des séjours, soit plus de 247 000 séjours.

### L'Isère, une « double » destination de tourisme d'agrément ou tourisme familial

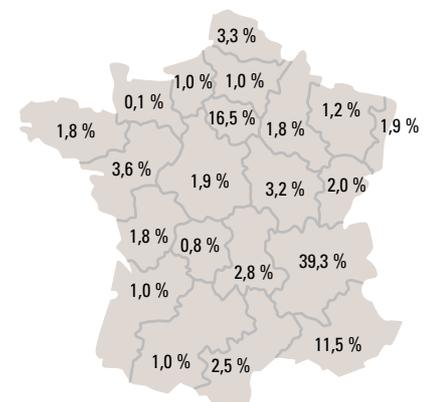
- 55 % de la clientèle française ont choisi l'Isère pour passer leurs vacances d'hiver ; 40 % déclarent comme motif principal de venue la visite à leurs familles et amis. Dans ce cas, la destination Isère importe peu dans le choix du séjour et ces clientèles sont très versatiles et infidèles.
- À l'inverse, les trois quarts des clientèles des 2 Savoie privilégient largement les séjours d'agrément.

### En Isère, plus de 40 % des activités pratiquées sont liées à la neige...

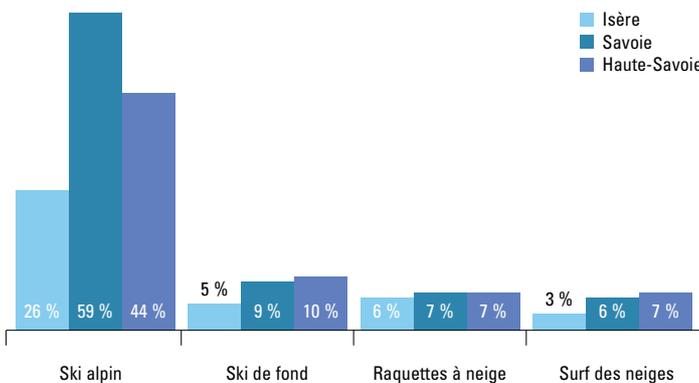
- Cette part est deux fois moins importante que pour les 2 Savoie où 80 % des clientèles, en moyenne, pratiquent une activité « neige » dont le ski alpin majoritairement.
- Un tiers des clientèles de l'Isère ne pratique aucune activité (contre 12 % dans les Savoie) : est-ce lié au motif de visite familiale? Y a-t-il un décalage entre l'offre en matière d'activités et les attentes de certaines clientèles qui ne s'y retrouvent pas?...

Source : Enquête SDT/Sofrès – Direction du Tourisme.

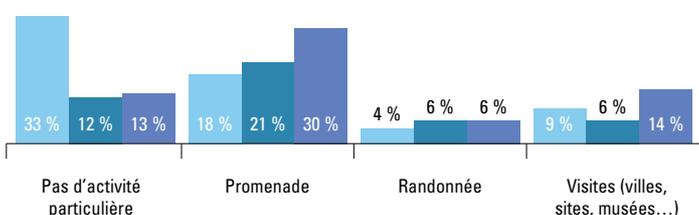
### Origine de la clientèle en Isère



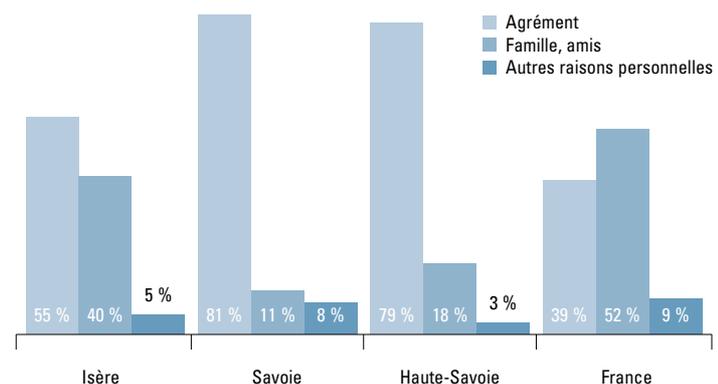
#### Activités « neige » pratiquées



#### Activités « hors neige » pratiquées



#### Motif de venue



## La clientèle étrangère en Isère

### Progression de la clientèle étrangère

Cet hiver, 27 % des clientèles de l'Isère en hébergements marchands sont des étrangers. Leur présence est plus soutenue (+ 4 %) qu'au cours de l'hiver dernier.

Plus nombreux en mars puis en janvier, leur hausse est toutefois marquée sur l'ensemble des périodes.

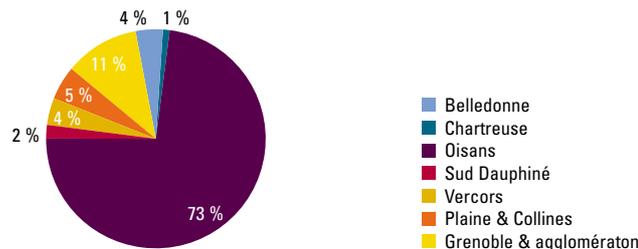


### Les Britanniques : un marché porteur

35 % des étrangers en séjours en Isère sont originaires de Grande-Bretagne.

Le poids de cette clientèle a encore augmenté cette saison (+ 5 %) contrairement aux Belges et aux Italiens qui sont venus moins nombreux et ne représentent chacun plus que 11 % du marché étranger contre 15 % et 18 % en 1999-2000.

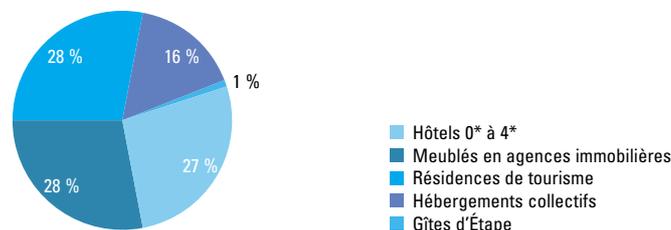
Le poids des étrangers allemands reste stable (10 %).



### L'Oisans : destination privilégiée...

La destination favorite des étrangers reste inchangée depuis de nombreuses saisons : 75 % d'entre eux choisissent de séjourner en Oisans.

Hôtels, agences et résidences accueillent respectivement plus d'un quart des étrangers. On observe cependant une hausse de la part des étrangers en locations saisonnières (+ 10 %) et surtout en hôtellerie (+ 15 %).



Base : Hôtels et gîtes de France en centrale de réservation.

Sources : Enquêtes Insee/ORT Rhône-Alpes/CDT Isère/Gîtes de France.

# Lexique et méthodologies

## Lexique

### Base

Nombre de personnes enquêtées ayant effectivement répondu à la question.

### Évolutions

Comparaison des T.O.

de la saison en cours avec les saisons précédentes soit :

$Taux\ 2001 - Taux\ 2000 = \text{évolution en points}; ce\ résultat\ divisé\ par\ le\ Taux\ 2000 = \text{évolution en \%}$ .

Elles sont toujours calculées sur des résultats comparables (période, capacité d'accueil, durée... identiques).

## Méthodologies

### 1. Fréquentation Touristique

- Enquête réalisée depuis 1994.
- Interrogation des 7 hébergements marchands (hors hébergements diffus type meublés et gîtes en service direct ou résidences secondaires...) et des principaux secteurs d'activité touristique (sites et musées, offices de tourisme, festivals et manifestations sportives, SNTF - remontées mécaniques, Dauphiné Ski Nordique...).
- Analyse les résultats quantitatifs de l'activité touristique et ses performances (évolutions).
- L'enquête auprès des hôtels et des hébergements collectifs est réalisée en collaboration avec l'INSEE et le CRT Rhône-Alpes.
- Les résultats sont présentés par territoire si l'offre et les réponses sont statistiquement exploitables.
- À noter, les résultats doivent être lus avec précaution, leur intervalle de confiance étant compris entre + ou - 10 %.

### Séjour

Sa durée peut être de 1 à 3 nuits (« court séjour ») ou de 4 nuits et plus (« vacances » ou « long séjour »).

### Nuitées

Nombre de personnes accueillies dans un hébergement multiplié par la durée du séjour.

### Taux d'occupation ou T.O.

Indice de performance de l'hébergement Appartements ou chambres occupés divisés par appartements ou chambres offerts (en %).

### 2. Satisfaction de la Clientèle Touristique en hiver 2001

- 3<sup>e</sup> vague d'enquête en hiver.
- 1 000 personnes interrogées dans 10 stations de sports d'hiver iséroises.
- Échantillon constitué selon la méthode des « itinéraires ».
- Enquête terrain les jeudi 15, 16 et vendredi 22 et 23 février 2001.
- Administration en face à face par des enquêteurs du CDT.
- 40 jours d'enquête en équivalent journée-enquêteur.

### Remerciements

Nous tenons à remercier l'ensemble de nos partenaires pour leur précieuse collaboration : ADT Vercors, Syndicat National des Téléphériques de France, les associations Dauphiné Ski Nordique, Gîtes de France et Clévacances, l'ensemble des hébergements marchands et des musées et sites ainsi que les offices de tourisme, maires et responsables des stations enquêtées.

### Taux de « Très satisfait »

Part des personnes interrogées qui se sont déclarées « très satisfaites » de leur séjour ou de leur visite. L'échelle d'attitude allant de « très satisfait » à « pas du tout satisfait ».

### Taux de préconisation « absolue »

Part des personnes interrogées qui déclarent conseiller « absolument » le lieu de séjour. L'échelle d'attitude allant de « absolument » à « absolument pas ».

### Taux d'Intention de retour « certaine »

Part des personnes interrogées qui déclarent être « certaines » de revenir.

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

- L'Observatoire du Tourisme a acheté les résultats, pour le département de l'Isère, de l'étude nationale réalisée par la Sofrès pour le compte de la Direction du Tourisme nommée le Suivi des Déplacements Touristiques des Français (SDT).
- 20 000 individus représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus sont interrogés.
- Mensuellement, par voie postale, ils indiquent tous leurs déplacements (au moins une nuit passée hors du domicile) et décrivent les caractéristiques complètes de leurs séjours.

### Vos contacts à l'Observatoire 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)

