

**LETTRE DE  
L'OBSERVATOIRE**

CDT

bilan hiver 2001-02

numéro 4

une saison « boudée »

par la clientèle étrangère

# isère



**DESTINATION ISERE**



## **une saison « boudée » par la clientèle étrangère**

Le tourisme hivernal constitue une activité économique de premier plan pour l'Isère qui occupe le 5<sup>e</sup> rang des destinations touristiques des Français.

Au fil des saisons, l'activité iséroise se stabilise sur un marché national de plus en plus concurrentiel où le volume de clientèle n'évolue que faiblement : chaque année, environ 37 % des Français partent en vacances d'hiver. Sur le plan national, la Montagne accueille 20 % des nuitées des Français devant les pays étrangers (17 %) et la destination « Ville » qui constituent de sérieux concurrents puisqu'ils attirent les mêmes profils de clientèle arbitrant ainsi dans le choix de la destination des vacances d'hiver.

Avec plus de 4 millions de nuitées enregistrées dans les hébergements marchands isérois, l'hiver 2001-02 s'est à nouveau caractérisé par un maintien global de l'activité touristique grâce à une progression des clientèles françaises venue compenser la désaffection des étrangers : - 13 % de nuitées enregistrées notamment sur nos principaux marchés que sont la Grande-Bretagne, l'Italie et l'Allemagne. Conséquence des attentats du 11 septembre, cette baisse intervient dans un contexte national similaire.

Face à ces constats, l'Isère doit pérenniser ses efforts pour toujours mieux satisfaire ses clientèles actuelles, leur fidélité étant garante d'un bon niveau d'activité touristique et d'un bouche-à-oreille valorisant.

## Fréquentation touristique hivernale

<b>Quelques repères</b>	<b>03</b>
<b>Ce qu'il faut retenir de l'hiver 2001-02</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 des clients</b>	<b>10</b>
<b>La satisfaction de la clientèle en séjour</b>	<b>11</b>
<b>La satisfaction de la clientèle 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>Lexique et méthodologies</b>	<b>15</b>
---------------------------------	-----------

## Quelques repères

### La conjoncture nationale : la montagne consolide sa part de marché

- 8,6 % des Français ont pris la route des stations de sports d'hiver au cours de l'hiver 2001-02 : un taux de départ supérieur de 0,5 point à celui de la saison précédente, soit un gain de près de 3 millions de nuitées.
- Sur le plan national, la Montagne totalise 50,6 millions de nuitées françaises, soit une hausse de 5,9 % répartie sur l'ensemble de la saison excepté en février.
- Mais cette évolution est très disparate d'une région à l'autre et reflète le niveau d'enneigement enregistré cet hiver : les Pyrénées et les Alpes du Nord sont les grands bénéficiaires de la saison affichant des progressions depuis l'hiver précédent ; le Jura et les Vosges ont réussi à «sauver» la saison tandis que les Alpes du Sud et dans une moindre mesure le Massif Central ont connu une importante baisse de l'activité touristique.

### Les caprices de la météo : la saison débute grâce à la neige de culture...

DÉCEMBRE-JANVIER : début de saison marqué par un large ensoleillement, contraignant les stations à se contenter des faibles chutes de neige de novembre et fin décembre. Heureusement, la production de neige de culture permet d'assurer un enneigement minimum.

FÉVRIER : le mauvais temps domine mais le retour de la neige apporte un second souffle à la saison.

MARS : Un soleil omniprésent et une grande douceur mais le froid revient avec le printemps.

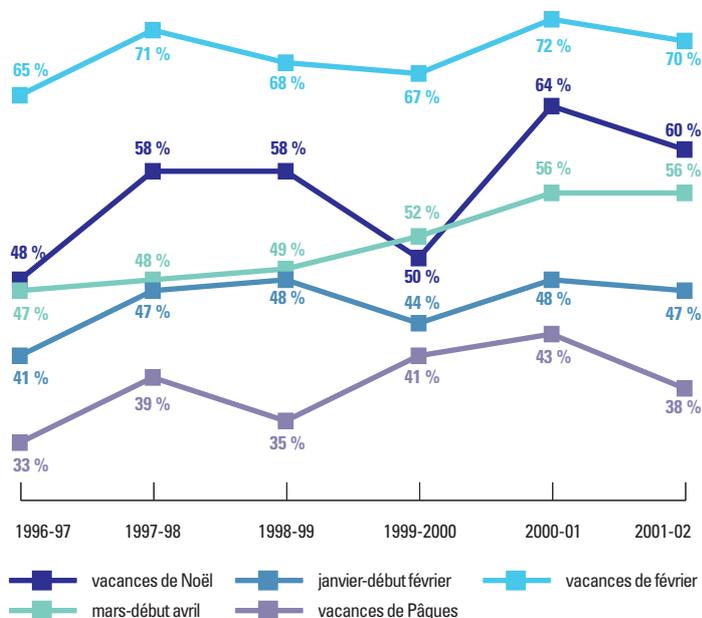
AVRIL : encore un mois sec... et une saison assez faiblement enneigée...

### Des tendances révélées au fil des 6 derniers hivers

Au-delà des rythmes imposés par l'enneigement et le contexte économique, des tendances d'évolution se dégagent au fil des saisons :

- une forte progression des vacances de Noël et du mois de mars ;
- une stabilité des vacances de février, période emblématique des séjours à la neige pour les familles ; leur réservation anticipée les rend moins tributaires de la météo ;
- une érosion du mois de janvier (davantage marquée dans les hébergements non marchands) ;
- des vacances de Pâques qui tendent à progresser mais restent prioritairement «le lot» des stations d'altitude.

### Taux d'occupation des hébergements marchands



## Ce qu'il faut retenir de l'hiver 2001-02

### Zoom sur quelques hébergements

#### ☺ Une bonne saison pour les résidences de tourisme...

• Près de 1,3 million de nuitées : elles génèrent la plus grosse part de l'activité touristique.

• L'ouverture de nouvelles résidences en Oisans, Belledonne et Vercors permet la réalisation de 120 000 nuitées supplémentaires. (Cependant, cette augmentation est insuffisante pour combler l'accroissement des lits et maintenir le T.O.<sup>1</sup> habituel.)

• La clientèle étrangère est en baisse dans tous les massifs et tout au long de la saison.

→ La Montagne Française affiche un T.O. de 60 % (-5 % par rapport aux deux excellentes dernières années).

#### ... et les hôtels

• Globalement, de bons résultats : un T.O. de 57 % (+15 % par rapport à la moyenne sur 5 hivers), et plus d'1 million de nuitées.

• Ce bilan positif est observé en Oisans, Vercors et à Grenoble et concerne particulièrement les hôtels moyenne gamme (1\* et 2\*).

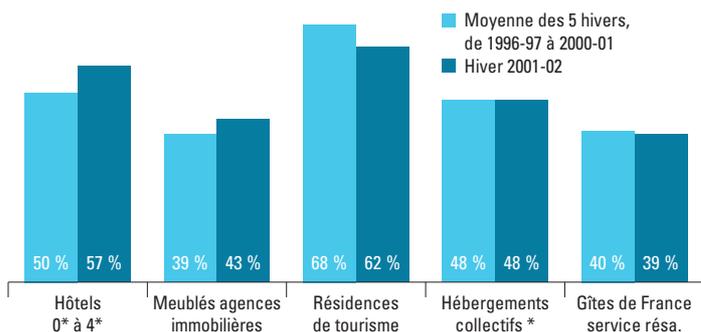
• Les clientèles étrangères et d'affaires sont en baisse.

→ Sur le plan national, la baisse de fréquentation des marchés lointains (Japon, États-Unis, Proche et Moyen Orient) est en partie compensée par les clientèles européennes.

#### ☹ Un bilan nuancé pour les agences immobilières...

• Réalisant près d'1 million de nuitées, elles poursuivent l'embellie débutée l'hiver dernier (+36 000 nuitées).

### Les performances des hébergements



\*Moyenne sur 4 ans (hors hiver 1999-2000).

- Toutefois, le T.O. saisonnier reste faible (43 %) : hormis l'Oisans, les agences accueillent peu de monde en janvier et à partir de mars.
- À noter : seul mode d'hébergement où la clientèle étrangère est en hausse (+25 %).

#### ... et les Gîtes de France

• Avec un T.O. de 39 %, l'activité est constante depuis 5 hivers.

• Toutefois, ce taux reste d'un niveau faible, l'activité étant très concentrée à Noël et en février.

→ Au niveau régional, +2 % de T.O. notamment grâce aux bons résultats de la Haute-Savoie (+13 %).

#### ☹ Une saison difficile pour les hébergements collectifs<sup>1</sup>

• Après une bonne saison 2000-01, ils accusent une baisse de 7 % du T.O. (-69 000 nuitées) enregistrée tout au long de la saison excepté en janvier.

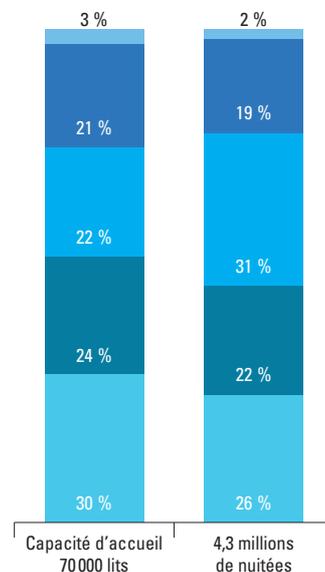
• Le recul de la clientèle étrangère est également notable dans ce type d'hébergement.

• Une durée de séjour moyenne de 5,5 jours (7,9 l'an dernier) ; une clientèle majoritairement composée de familles (48 %) et de classes/colonies (39 %), qui préfère la pension complète (87 %).

→ Rhône-Alpes accuse une perte de 180 000 nuitées (sur un total de 6 millions dont 91 % sont réalisées par les 3 départements alpins).

### Le poids des hébergements

- Gîtes de France service résa.
- Hébergements collectifs
- Résidences de tourisme
- Meublés en agences immobilières
- Hôtels 0\* à 4\*



(1) Cf. lexique page 15.

# Fréquentation touristique hivernale

## Zoom sur un territoire...

### 😊 Retour à une meilleure activité touristique dans le Vercors

- En 2000-01, le manque de neige engendrait de profonds déséquilibres entre les massifs et pénalisait particulièrement le Vercors. Cet hiver, il retrouve un niveau d'activité conforme aux années précédentes.

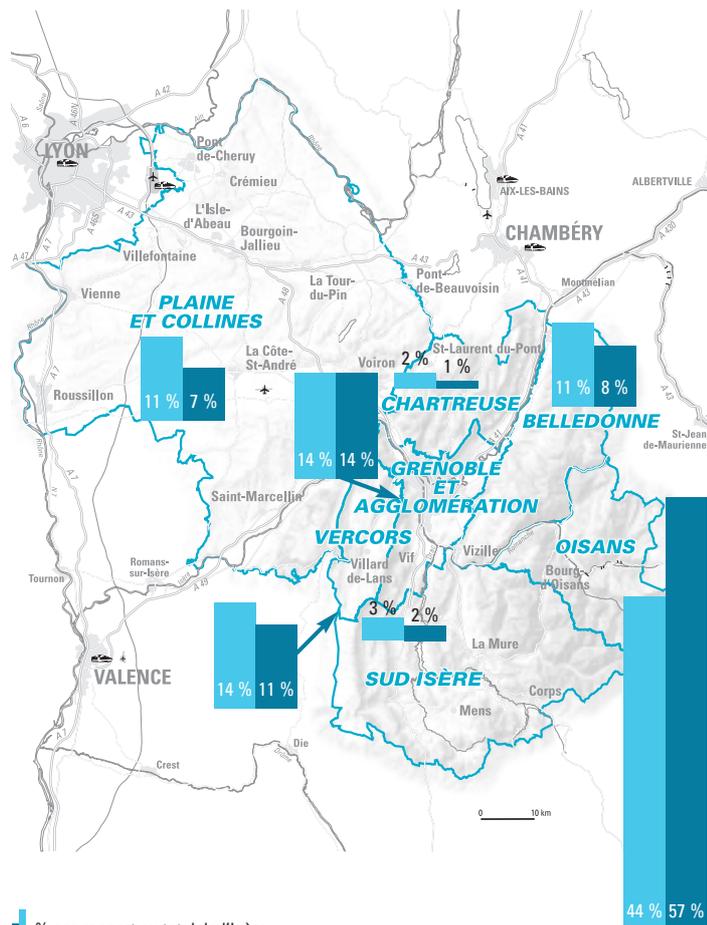
- Les hôtels affichent un très bon T.O. saisonnier de 53 %, en hausse de 17 % par rapport à la moyenne des 3 dernières saisons.

→ *L'enneigement devenu aléatoire à basse et moyenne altitude ne garantit plus les activités neige : proposer une offre diversifiée, développer des animations pour toute la famille, soigner l'accueil et la satisfaction des clients... sont autant d'actions incontournables pour maintenir son attractivité.*

## Les chiffres clés

<b>Capacité d'accueil*</b>	70 000 lits
<b>Nuitées totales*</b>	4,3 millions
par rapport à 2000-01	+ 3 % ↗
<b>Taux d'occupation moyen*</b>	52 %
par rapport à la moyenne 96-97 à 2000-01	+ 6 % ↗
par rapport à 2000-01	- 3 % ↘
<b>Part de la clientèle étrangère</b>	23 %
par rapport à 2000-01	- 14 % ↘
<b>Chiffre d'affaires des remontées mécaniques</b>	78 millions €
par rapport à 2000-01 (en € constants)	+ 6 % ↗
<small>Source: SNTF</small>	
<b>Redevance du Ski de Fond</b>	1,08 millions €
par rapport à 2000-01 (en € constants)	+ 47 % ↗
<small>Source: Dauphiné Ski Nordique</small>	
<b>Activité des 45 principaux sites et musées</b>	623 000 visiteurs
par rapport à 2000-01	+ 2,4 % ↗

\* 5 hébergements marchands (contre 7 en 2000-01 : résultats des meublés Clévacances et des gîtes de séjour et d'étape non exploitables).



■ % par rapport au total de l'Isère  
■ Capacité d'accueil  
■ Nuitées

## L'activité des sites et musées

😊 623 000 personnes ont visité les 45 principaux sites et musées de l'Isère cet hiver.

- Depuis 6 saisons, la fréquentation apparaît relativement stable. La seule baisse enregistrée en 1999-2000 (-3 %) a été compensée ces deux derniers hivers par une légère hausse répétée de 2 %.
- La majeure partie des visites se fait en avril (30 %). Toutefois, décembre et janvier rencontrent un succès croissant depuis 2 ans.
- Cet hiver, on note quelques disparités selon les territoires et notamment une baisse de 13 % en Plaine & Collines.

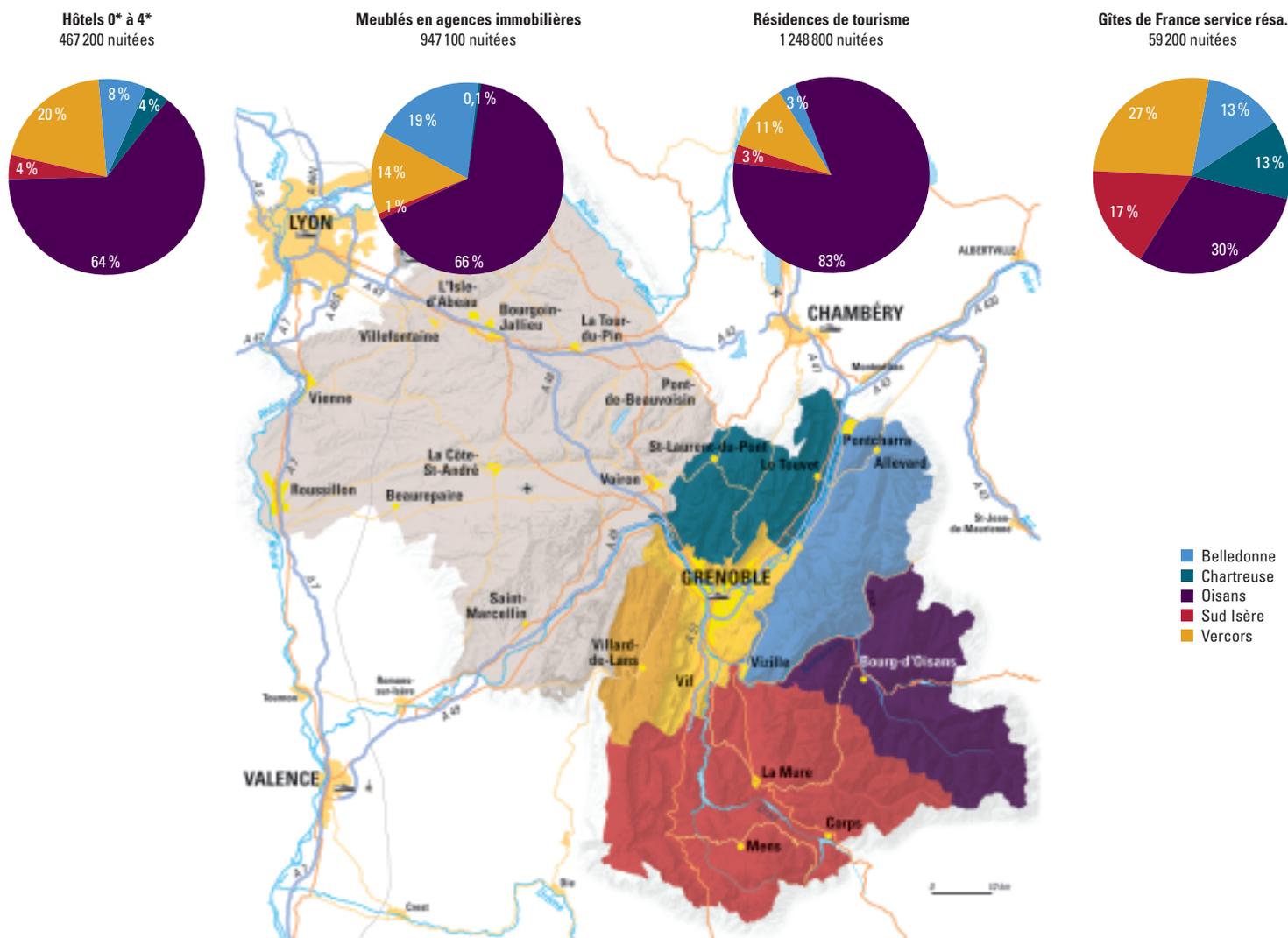
# La fréquentation touristique en montagne

## Quand chacun reprend sa place

Par rapport à l'hiver dernier où le manque de neige avait joué en faveur de l'Oisans, cette saison redonne à chaque massif sa place habituelle; l'Oisans continue de peser, à lui seul, 57 % des nuitées iséroises. Néanmoins, les massifs de plus basse altitude restent confrontés à certaines contraintes: un enneigement aléatoire et déficitaire, une fin de saison précoce (l'activité des vacances de Pâques n'est significative qu'à haute altitude), un fort positionnement sur une clientèle familiale durant les vacances scolaires.

À noter: l'étude des flux touristiques<sup>1</sup> dénombre 4,5 millions de nuitées totales dans le périmètre à neige isérois (Oisans et Chamrousse), soit un léger recul de -4 % par rapport à 2000-01 dû à une baisse d'activité en hébergement non marchand.

(1) Source: ORT Rhône-Alpes / B.E.T.F. MARCHAND étude des flux sur le périmètre à neige régional – hiver 2001-02



# Fréquentation touristique hivernale

## Belledonne



	offre	fréquentation
	1 235 lits, soit 6 % de l'Isère	35 % de T.O., 36 870 nuitées -11%
	4 200 lits, soit 24 % de l'Isère	37 % de T.O., 182 210 nuitées +10%
	770 lits, soit 5 % de l'Isère	42 % de T.O., 34 980 nuitées +3%
	185 lits, soit 10 % de l'Isère	39 % de T.O., 7 530 nuitées -7%
	88 RM, soit 20 % de l'Isère	12,3 M€ de chiffre d'affaires 0%
	129 km, soit 10 % de l'Isère	179,9 K€ de chiffre d'affaires +22%

## Chartreuse



	offre	fréquentation
	580 lits, soit 3 % de l'Isère	35 % de T.O., 17 315 nuitées -11%
	210 lits, soit 11 % de l'Isère	39 % de T.O., 7 950 nuitées -13%
	43 RM, soit 10 % de l'Isère	1 M€ de chiffre d'affaires +105%
	212 km, soit 16 % de l'Isère	54,6 K€ de chiffre d'affaires +65%

## Oisans



	offre	fréquentation
	4 655 lits, soit 22 % de l'Isère	62 % de T.O., 299 070 nuitées +6%
	9 040 lits, soit 51 % de l'Isère	51 % de T.O., 620 550 nuitées +1%
	10 540 lits, soit 67 % de l'Isère	75 % de T.O., 1 049 910 nuitées +10%
	465 lits, soit 25 % de l'Isère	36 % de T.O., 17 200 nuitées -7%
	166 RM, soit 39 % de l'Isère	56,4 M€ de chiffre d'affaires -3%
	117 km, soit 9 % de l'Isère	41,7 K€ de chiffre d'affaires -25%

## Sud Isère



	offre	fréquentation
	705 lits, soit 3 % de l'Isère	35 % de T.O., 21 045 nuitées -11%
	245 lits, soit 13 % de l'Isère	28 % de T.O., 10 220 nuitées -6%
	49 RM, soit 11 % de l'Isère	1,2 M€ de chiffre d'affaires +131%
	329 km, soit 26 % de l'Isère	32,6 K€ de chiffre d'affaires +103%

## Vercors



	offre	fréquentation
	1 670 lits, soit 8 % de l'Isère	53 % de T.O., 92 910 nuitées +37%
	3 705 lits, soit 21 % de l'Isère	24 % de T.O., 129 920 nuitées +17%
	2 430 lits, soit 15 % de l'Isère	42 % de T.O., 131 410 nuitées -5%
	390 lits, soit 21 % de l'Isère	45 % de T.O., 16 270 nuitées +6%
	81 RM, soit 19 % de l'Isère	7,3 M€ de chiffre d'affaires +180%
	424 km, soit 33 % de l'Isère	716,2 K€ de chiffre d'affaires +56%

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

(T.O.) Cf. lexique page 15  
 (RM) Nombre de remontées mécaniques  
 (km) Nombre de kilomètres de pistes en linéaire  
 (M€) Millions d'euros  
 (K€) Milliers d'euros

À noter: ne sont présentés ici que les secteurs observés et les résultats statistiquement exploitables.

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

### Davantage de tourisme d'agrément en hôtellerie

L'activité hôtelière du Nord Isère et de la région grenobloise est principalement axée sur le tourisme d'affaires : respectivement 61 % et 67 % des clients sont venus pour ce motif. On note cet hiver un fléchissement de la part de clientèle d'affaires (-3 %) au profit d'une clientèle d'agrément.

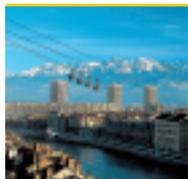
Plaine & Collines	offre	fréquentation	
 5 650 lits, soit 26 % de l'Isère	52 % de T.O.,	224 300 nuitées	+1% ↗
 310 lits, soit 17 % de l'Isère	46 % de T.O.,	14 560 nuitées	-10% ↘
 22 musées et sites sur 45 enquêtés		82 215 visiteurs	-13% ↘



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

(T.O.) Taux d'Occupation, cf. lexique p. 15

Grenoble & agglomération	offre	fréquentation	
 6 980 lits, soit 33 % de l'Isère	64 % de T.O.,	427 890 nuitées	+6% ↗
 965 lits, soit 6 % de l'Isère	74 % de T.O.,	52 790 nuitées	+4% ↗
 8 musées et sites sur 45 enquêtés		234 510 visiteurs	+10% ↗



### Les principaux sites et musées

En 2001-02, ce secteur affiche une baisse de 13 % en Plaine & Collines (contexte isérois stable).

L'offre, conséquente et en constant développement, se trouve face à une demande stagnante et de plus en plus exigeante : des évolutions sont nécessaires pour fidéliser et renouveler la clientèle (contenus, animations, aménagements...)<sup>1</sup>.

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

	Fréquentation	par rapport à 2000-01
Musée de Grenoble	68 400	+5% ↗
Téléphérique de Grenoble	67 445	+5% ↗
Musée Dauphinois à Grenoble	23 050	-22% ↘
Musée de l'Ancien Évêché à Grenoble	15 730	+48% ↗
Musée de Résistance et Déportation à Grenoble	10 255	+12% ↗
Grottes de La Balme	7 025	+11% ↗
Théâtre Antique à Vienne	6 965	-19% ↘
Musée archéologique-Église St Laurent à Grenoble	6 655	+23% ↗
Cité Médiévale de Crémieu	6 535	+11% ↗
Paradis du Chocolat à La Côte St André	5 510	-11% ↘

Remarque : sont présentés ici les fréquentations des sites nous permettant de diffuser leurs résultats (l'hiver s'étend de décembre 2001 à avril 2002).

(1) « Tourisme culturel et patrimonial en Isère... un marché économique à développer » - Cahier de l'Observatoire N° 2, disponible sur demande.

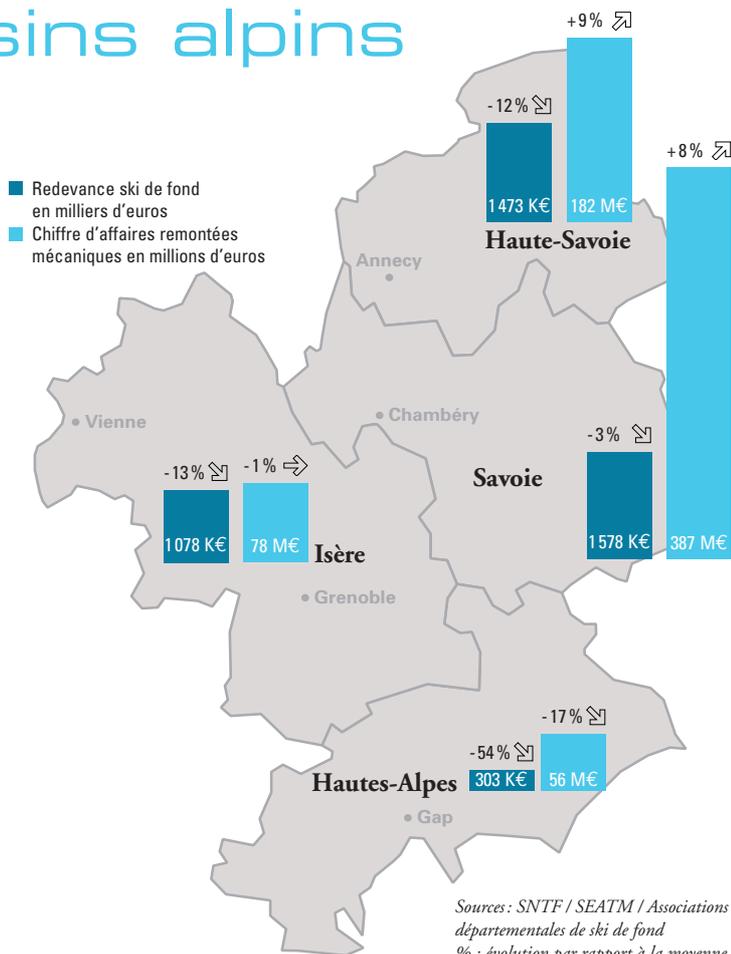
## L'Isère et ses voisins alpins

### Une saison difficile pour le ski nordique

- À l'image de la situation nationale, après l'effondrement des redevances en 2000-01 lié au manque de neige, l'Isère et la Haute-Savoie ne parviennent pas à revenir au niveau des saisons précédentes : les résultats restent inférieurs de -12 % par rapport à la moyenne des 4 derniers hivers.
- La Savoie se distingue de cette tendance. Bénéficiaire d'un report de clientèle en 2000-01, elle avait connu une progression de +6 % ; cette saison, elle retrouve le niveau habituellement connu.

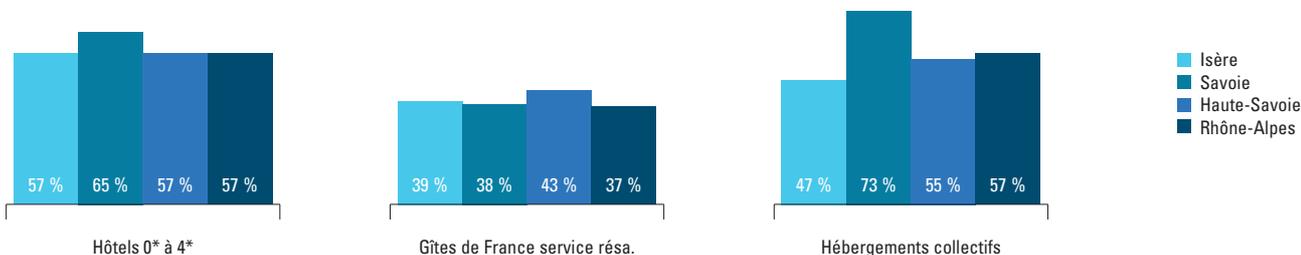
### Isère : 3<sup>e</sup> département de Rhône-Alpes en volume d'activité touristique

- Détenant 14 % de la capacité d'accueil de Rhône-Alpes, l'Isère réalise 13 % des nuitées.
- Toutefois, des résultats inquiétants pour les hébergements collectifs : un T.O. en baisse de 8 % et inférieur de 10 points à la moyenne des départements de Rhône-Alpes.
- À l'inverse, les hôtels affichent un bilan satisfaisant, dans la moyenne régionale.

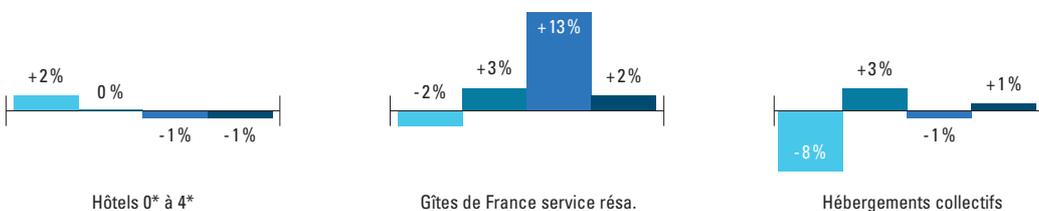


Sources : SNTF / SEATM / Associations départementales de ski de fond  
% : évolution par rapport à la moyenne des saisons 97-98 à 2000-01.

### T.O. : hiver 2001-02



### Évolution des T.O. par rapport à l'hiver 2000-01



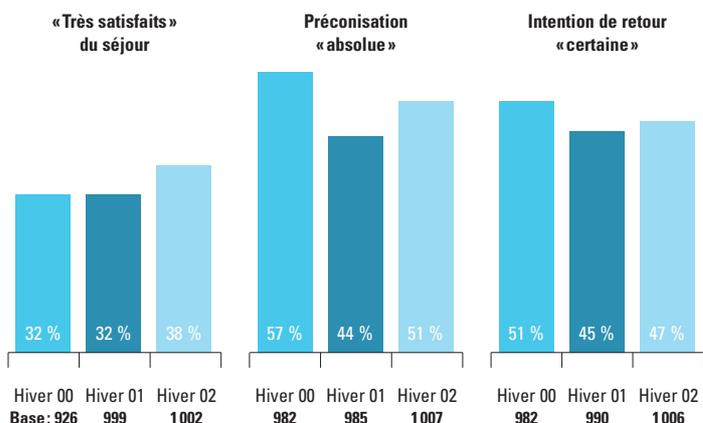
Sources : Agences et Comités Départementaux du Tourisme / INSEE-ORT Rhône-Alpes / Gîtes de France

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

### Tableau de Bord de la Satisfaction<sup>1</sup>

#### Un niveau de satisfaction générale en progression par rapport à l'hiver précédent

- Près de 40 % des touristes interrogés se déclarent « très satisfaits » de leur séjour contre 32 % en moyenne les hivers précédents. Cependant 2 des 3 indicateurs observés ne retrouvent pas leur niveau le plus élevé.
- Une progression toute relative : si on ne tient pas compte des personnes hébergées dans leur résidence secondaire ou chez des amis ou de la famille, les taux observés sont bien moins élevés.



*Précision méthodologique : pour évaluer le niveau de satisfaction générale de la clientèle, 3 indicateurs sont suivis pour lesquels nous retenons le taux de « très satisfaits » du séjour, le taux de préconisation « absolue » envers la destination et le taux d'intention de retour « certaine ». 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 ».*

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

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

(3) Premier séjour dans la station.

#### Des seniors<sup>2</sup> enthousiastes

- 64 % préconisent « absolument » à leur entourage de venir en séjour dans la station contre 51 % pour l'ensemble des personnes interrogées ;
- 61 % « certains » de revenir contre 47 % pour l'ensemble des personnes interrogées.

#### Des nouveaux clients<sup>3</sup> pas tout à fait convaincus

- 43 % des nouveaux clients préconisent « absolument » à leur entourage de venir en séjour dans la station contre 55 % des « déjà venus » ;
- 23 % « certains » de revenir contre 61 % des « déjà venus ».

Comment expliquer le niveau de satisfaction plus élevé de la clientèle « déjà venue » par rapport à la clientèle nouvelle ? L'habitude la rend-elle indulgente ? Ou bien, étant plus souvent propriétaire d'une résidence secondaire ou captive d'un hébergement gratuit, se comporte-t-elle dans cette situation ?

### Pourquoi s'intéresser à la satisfaction de la clientèle ?

*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

### L'offre iséroise vue par la clientèle

Des stations qui ont comme atout essentiel leur cadre naturel favorable à la rupture avec le quotidien et au ressourcement (avec un bémol pour l'architecture locale).

Le déroulement du séjour – quant à lui – ressemble toujours plus ou moins à un « parcours du combattant » : hébergement pas toujours à la hauteur, déplacements et stationnement difficiles, attente « interminable », commerces et aménagements « manquants » Enfin, certaines prestations offertes (ski, luge, activités et animations etc.) pourraient être plus en phase avec les attentes 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 activités et les animations après le ski et le soir et pour les non skieurs ⇨
La facilité pour réserver l'hébergement ou le séjour ⇨	Le confort de l'hébergement marchand ⇨	Les activités et les animations pour les enfants ⇨
L'accueil dans les Offices de tourisme ⇨	L'étendue, le balisage et la qualité de préparation des domaines de ski de fond ⇨	La durée d'attente (remontées mécaniques, commerces, etc.) ☹
L'accès à la station ⇨	Les déplacements dans la station (à pied, en voiture) ⇨	L'architecture locale ⇨
	Les possibilités pour pratiquer la raquette ☹	Le coût du séjour ⇨
	L'étendue, le balisage et la qualité de préparation des domaines alpins ☹	Le prix des commerces, des activités, des animations et de l'hébergement marchand ⇨
	Les possibilités de promenade et de randonnées ☹	Les commerces et les aménagements ⇨
		Les possibilités pour pratiquer la luge ☹
		Le stationnement <sup>1</sup>

28 critères testés. Le sens des flèches indique si le taux de « très satisfait » est stable, diminue ou augmente de façon significative par rapport à l'hiver 2000-01.

(1) Nouveau critère.

### Zoom sur l'hébergement marchand

#### Qu'en pense la clientèle ?

- Une appréciation encourageante vis-à-vis du confort avec 36 % des personnes interrogées « très satisfaites ».
- Cependant, le rapport qualité prix de l'hébergement apparaît plutôt défavorable : seulement 15 % de « très satisfaits » et près de 40 % de « mécontents ».
- La literie « inconfortable », la petitesse du logement, le téléviseur qui ne marche pas ou bien encore le manque d'ustensiles de cuisine sont quelques-unes des remarques faites spontanément par la clientèle.

#### Quelles sont ses attentes ?

- Un logement bien agencé, bien insonorisé, un équipement minimum et en bon état, des astuces qui facilitent la vie, une literie confortable, finalement un confort qui libère l'esprit et permet le repos.
- Une décoration soignée, des matériaux chaleureux, une ambiance « cocooning » qui favorisent les retrouvailles avec les siens.
- Autant d'attentes primordiales liées à l'hébergement et que traduisent les tendances socioculturelles que sont la « convenance » et la « qualité et esthétique de la vie quotidienne »<sup>2</sup>.

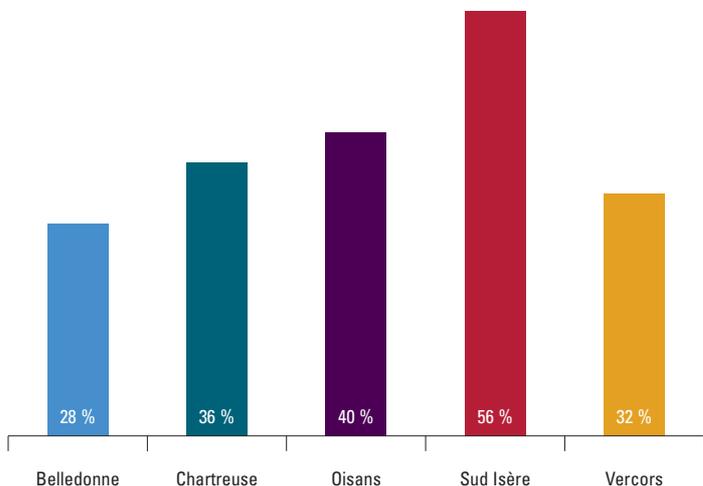
(2) Carnet de Route de la montagne – AFIT – New Deal 2000. Cf. lexique en page 15.

## La clientèle en séjour dans les massifs

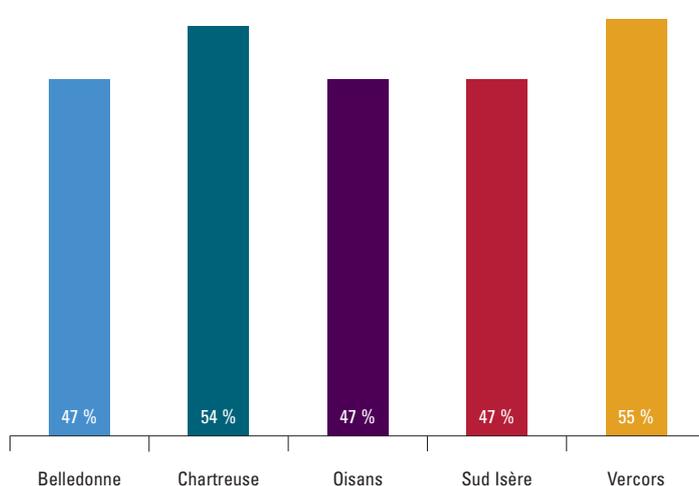
### Un niveau de satisfaction générale hétérogène selon les massifs

La Chartreuse et le Vercors réalisent de meilleurs scores que Belledonne et l'Oisans tandis que le Sud Isère se situe dans la moyenne iséroise<sup>1</sup>. Des stations qui répondent plus ou moins bien aux attentes de leur clientèle respective.

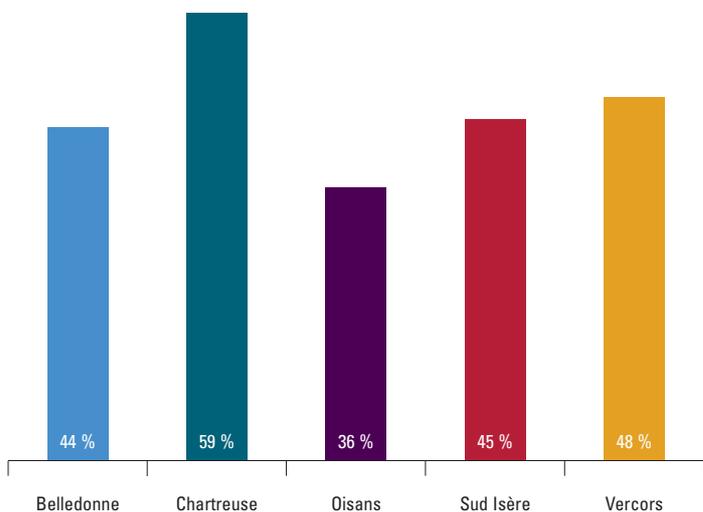
« Très satisfaits » du séjour



Préconisation « absolue »



Intention de retour « certaine »



- Le ski de fond, l'architecture, les possibilités de promenade et de randonnées, les commerces et les aménagements sont les aspects les plus appréciés des séjournants du Vercors. De façon générale, on ne relève pas de point vraiment négatif.

- Les activités (promenade, raquette, luge) pratiquées en Chartreuse sont ses principaux points forts. En revanche, on relève des carences concernant l'accueil dans les offices de tourisme, le ski de fond ou alpin, les activités « hors neige » et les commerces.

- En Oisans, le ski alpin, les activités « hors neige », les commerces se démarquent clairement comme des points forts. C'est l'inverse pour le cadre naturel, l'architecture, les possibilités de promenade et de randonnées, l'attente et le stationnement.

- Dans le Sud Isère, l'appréciation des différents critères se situe dans la moyenne sauf pour les commerces, les aménagements et les activités « hors neige » qui recueillent des notes moins élevées. L'architecture semble appréciée.

- Les possibilités de promenade et de randonnées, le confort de l'hébergement, les déplacements, le stationnement, l'architecture et les activités proposées obtiennent les moins bons résultats dans Belledonne.

(1) Note moyenne obtenue pour l'ensemble des personnes interrogées.

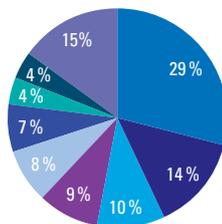


## La clientèle étrangère en Isère

### La clientèle étrangère nous fait défaut

- La part de la clientèle étrangère accueillie dans les 5 modes d'hébergement marchand passe de 27 % en 2000-01 à 23 % cet hiver.
- Cette baisse concerne tous les massifs et tous les types d'hébergement, excepté les agences immobilières.

→ En Rhône-Alpes, les étrangers sont également en baisse: -10 % dans les 3 principaux modes d'hébergement.



### La clientèle Britannique: notre principal marché qu'il nous faut dynamiser !

3 de nos principaux pays émetteurs de clientèle enregistrent les plus fortes baisses :

- Les Anglais, qui constituent notre principal marché étranger, ont boudé notre département: -35 000 nuitées (-30 %);
- Les Italiens sont de moins en moins nombreux d'une année sur l'autre: -16 000 nuitées;
- Les Allemands se sont faits plus rares: -8 000 nuitées.

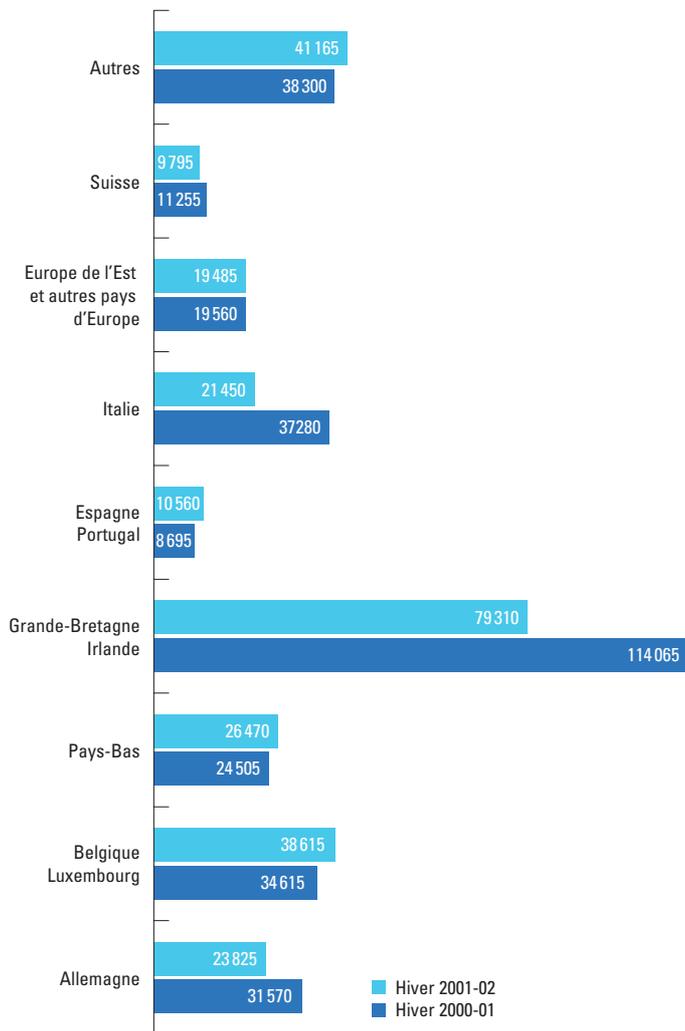
Les touristes en provenance de Belgique/Luxembourg et des Pays-Bas sont à l'inverse plus nombreux et occupent à présent les 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> places derrière la Grande-Bretagne (en nombre de nuitées).

L'ouverture de la ligne Londres/Grenoble St-Geoirs par la compagnie aérienne Lowcost BUZZ constitue un atout quant au développement du marché britannique.

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

Ces évolutions ne modifient en rien les habitudes de destination de la clientèle étrangère au sein du département:

- l'Oisans reste de loin le lieu de séjour favori (76 % des nuitées);
- Grenoble accueille également une part non négligeable de cette clientèle (11 %).



# Lexique et méthodologies

## Lexique

### Base

Nombre de personnes interrogées ayant effectivement répondu à la question.

### Évolutions

Comparaison des T.O. de la saison en cours avec les saisons précédentes soit :

$Taux\ 2002 - Taux\ 2001 = \text{évolution en points}$ ; ce résultat divisé par le Taux 2001 = évolution en %.

### Lecture des évolutions

↗ = ou > à + 3 %    ⇒ entre -2 % et + 2 %

↘ < ou = à - 3 %

Calculées sur des périodes, capacités d'accueil et durées identiques.

### Séjour

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

## Méthodologies

### 1. Fréquentation Touristique

- Enquête réalisée depuis 1994.
- Interrogation de 5 hébergements marchands (hors hébergement 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.
- Intervalle de confiance: compris entre + ou - 10 %.

### Nuitées

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

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

Indice de performance de l'hébergement.

Appartements ou chambres occupés divisés par appartements ou chambres offerts (en %).

### Hébergements collectifs

Villages vacances, centres de vacances et maisons familiales agréées, auberges de jeunesse et centre international de séjour.

### Taux de « Très satisfait » séjour

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

### 2. Satisfaction de la Clientèle Touristique

- Enquête réalisée depuis 1999.
- 1 000 personnes interrogées dans 10 stations de sports d'hiver.
- Échantillon reconstitué selon la méthode « des itinéraires ».
- Interrogation face à face par des enquêteurs du CDT.
- Les 14, 15, 21 et 22 février 2002.
- 40 journées d'enquête en équivalent journées enquêteurs.

### 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, sites, musées, festivals ainsi que les offices de tourisme, maires et responsables des stations enquêtées.

### Taux de préconisation « absolue »

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

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

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

### Convenience

Tendance socioculturelle révélée par l'étude Sociovision-Cofremca qui traduit une attente de facilité, de fluidité et de commodité dans le déroulement du séjour.

### Qualité et esthétique de la vie quotidienne

Tendance socioculturelle qui traduit une sensibilité aux détails qui embellissent le quotidien.

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

- Étude 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 sont interrogés chaque mois par voie postale sur tous leurs déplacements (une nuit minimum hors du domicile).
- Acquisition une année sur deux des résultats spécifiques aux séjours ayant eu lieu en Isère.

### **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)

