

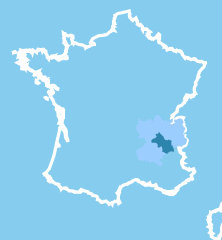
**LETTRE DE
L'OBSERVATOIRE**

CDT
bilan hiver 2002-03
numéro 6
un hiver « tout schuss »

isère



DESTINATION ISÈRE





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

www.isere-tourisme.com, rubrique « site pro », puis « Observation »

Fréquentation touristique hivernale

Quelques repères	03
Ce qu'il faut retenir de l'hiver 2002-03	04 et 05
La fréquentation touristique en montagne	06 et 07
La fréquentation touristique à Grenoble et en « Plaine & Collines »	08
L'Isère et ses voisins alpins	09

Satisfaction de la clientèle touristique

Ce qu'il faut retenir de la satisfaction des clients	10
29 critères de satisfaction passés au crible	11
La satisfaction par massif	12

Profils des clientèles hivernales

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

Lexique et méthodologies

15

Un hiver « tout schuss »

L'hiver 2002-03 restera marqué par une météorologie et un enneigement favorables aux séjours à la montagne et à la pratique des activités neige.

L'Isère a su en tirer partie: elle occupe le 4^e rang des destinations des Français, derrière Paris et les 2 Savoie (elle gagne une place par rapport à 2001-02).

Les indicateurs des activités ski sont orientés à la hausse pour l'ensemble des massifs français. Les petites et moyennes stations en ont particulièrement bénéficié en attirant plus de monde en séjour mais également une importante clientèle de proximité à la journée.

En Isère, on enregistre plus de 4 millions de nuitées dans les hébergements marchands, ce résultat reste stable par rapport aux 5 saisons précédentes. Toutefois, les stations de basse et moyenne altitude affichent de meilleurs taux d'occupation que les hivers précédents. Ainsi, le poids de l'Oisans dans l'activité iséroise diminue légèrement même s'il réalise toujours plus de la moitié des nuitées.

Un bon enneigement ne constitue donc plus le seul gage d'une saison réussie: on observe notamment une érosion de la fréquentation des franciliens qui semble s'être enclenchée depuis quelques années¹ et une désaffection des étrangers, malgré une légère reprise, par rapport aux hivers précédents.

L'exigence de la clientèle ne cesse, en effet, de croître à l'égard de l'hébergement, des commerces, des aménagements, de l'accueil, des activités proposées, etc. pas toujours en adéquation avec ses attentes.

(1) Consultez le Cahier de l'Observatoire #3: « Les Franciliens, un marché prioritaire, un enjeu important ».

Quelques repères

La conjoncture nationale : la montagne a la côte

- Au cours du 1^{er} trimestre 2003, les déplacements touristiques des Français en France sont stables par rapport à l'hiver dernier (+ 0,2 % en séjours, - 0,6 % en nuitées) tandis qu'avril connaît une baisse significative (- 6 % de séjours).
- La destination Montagne et la Campagne gagnent chacune + 1,8 % de nuitées, tandis que la mer maintient son activité et la ville perd 5,3 %.
- L'enneigement favorable sur l'ensemble des massifs français a permis à chacune des régions montagneuses d'enregistrer de bons résultats, et notamment les petites stations qui retrouvent le sourire en réalisant une meilleure saison que les précédentes.

Toutefois, la neige a mieux résisté dans les Pyrénées et les Alpes du Sud qui terminent la saison en beauté.

Les vacances de février en Isère : les grandes gagnantes de la saison

Alors que l'on observe ces dernières saisons une tendance à la progression de l'activité du mois de mars et des vacances de Pâques, l'hiver 2002-03 se caractérise par :

- des vacances de Noël qui se maintiennent malgré le manque de neige, et ce, grâce à une progression de la semaine du jour de l'an ;
- un mois de janvier toujours un peu plus calme en semaine mais en progression le week-end (clientèle de proximité) ;
- des vacances de février satisfaisantes (excepté la première semaine marquée par une désaffection de la clientèle parisienne amorcée depuis plusieurs saisons) ;
- la seconde quinzaine de mars marque un ralentissement de l'activité, la qualité de la neige se faisant de plus en plus médiocre ;
- les vacances de Pâques débordant sur le mois de mai, ont semblé un peu tardives pour des vacances « à la neige ».

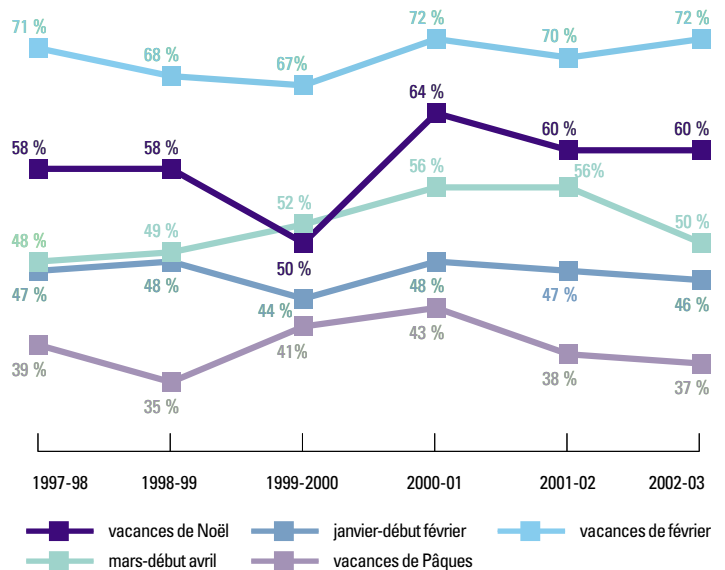
Une météo et un enneigement favorables

Après un doux mois de DECEMBRE sous la pluie, l'hiver s'est installé en JANVIER avec une chute des températures et de fortes précipitations constituant un épais manteau neigeux sur tous les massifs.

FEVRIER a bénéficié de conditions de ski idéales : les abondantes chutes de neige en début de mois ont fait place à un franc soleil et à la fraîcheur.

Les températures printanières de MARS ont créé un déficit d'enneigement, heureusement, le froid et la neige sont revenus début AVRIL pour les vacances de Pâques, avant que le printemps ne s'installe réellement en seconde quinzaine.

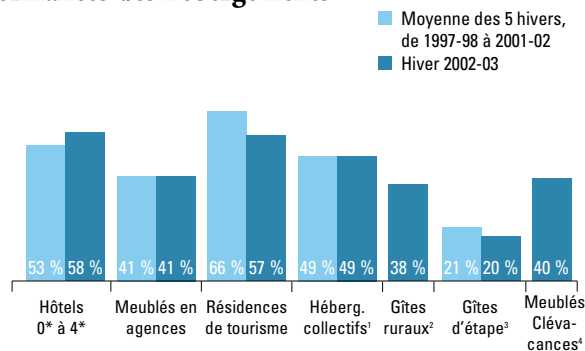
Taux d'occupation des hébergements marchands



Ce qu'il faut retenir de l'hiver 2002-03

Une activité globalement stable en hébergements marchands @

Performances des hébergements



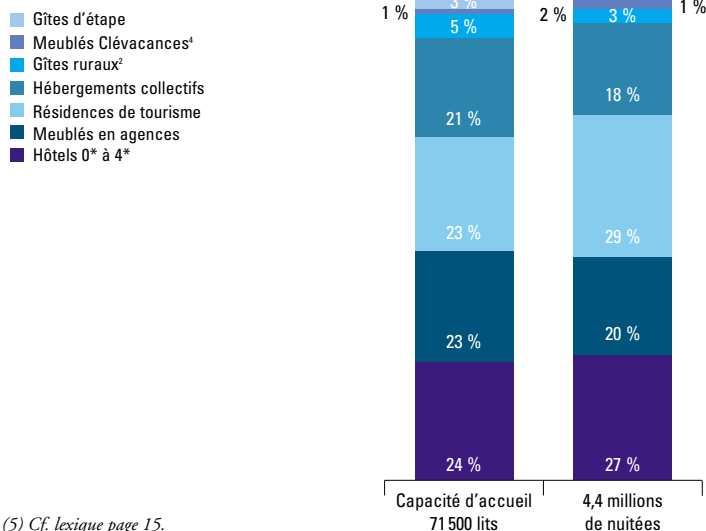
(1) Moyenne sur 4 ans (hors hiver 1999-00)

(2) Gîtes en service direct et centrale de résa: 1^{re} saison hivernale d'enquête

(3) Comparaison par rapport à 1999/2000

(4) Meublés en service direct uniquement

Le poids des hébergements



(5) Cf. lexique page 15.

Baisse des nuitées en **locations immobilières** due au recul de l'Oisans, l'ouverture de nouvelles **résidences de tourisme** conforte la place de cet hébergement en 1^{er} fournisseur de nuitées (la baisse du T.O.⁵ s'explique par l'augmentation de l'offre), le T.O. des **gîtes ruraux** reste moyen, mais ils ont su développer leur activité hors vacances scolaires, stabilité de l'activité des **hébergements collectifs**⁵ dont la baisse des classes de neige est compensée par les clientèles familiales.

Zoom sur l'hôtellerie classée 0* à 4*



Les hôtels : grands vainqueurs de cet hiver

- Sur l'ensemble de la saison, près de 60 % des hôtels sont occupés, un résultat qui progresse depuis une dizaine d'années.
- Ce mode d'hébergement représente une part conséquente de l'activité touristique : il détient 1/4 de la capacité d'accueil de l'Isère (plus de 17 000 lits) et réalise 27 % des nuitées hivernales du département (1,7 million).

Hausse de la fréquentation en montagne cet hiver

- Cet hiver, les hôtels enregistrent un taux d'occupation en hausse de 10 % par rapport à la moyenne des hivers 1997-98 à 2001-02, et 45 000 nuitées supplémentaires par rapport à l'hiver dernier.
- Si chacun des territoires géographiques connaît une progression de son activité hôtelière ces 5 dernières années, la Montagne a su tirer son épingle du jeu cet hiver (+55 000 nuitées).
- Les hôtels 2* constituent la seule catégorie en repli. Ils ont souffert d'une baisse de la clientèle étrangère (-21 000 nuitées) qui semble avoir préféré les hôtels 3* (+27 000 nuitées).
- Les hausses de fréquentation des mois de décembre, janvier et mars compensent les baisses d'activité de février et avril.

Des profils de clientèle différents selon la situation géographique

- Le tourisme d'agrément représente 90 % de la clientèle des hôtels situés en montagne, dont 28 % d'étrangers (25 % globalement en Isère). Ces derniers semblent apprécier le confort offert par les 3* et 4*.
- Les hôtels installés en plaine et à Grenoble sont davantage tournés vers le tourisme d'affaires qui représente respectivement 62 % et 70 % de leur activité (40 % globalement en Isère).
- A capacité égale, les hôtels de l'agglomération grenobloise enregistrent le plus fort T.O. hivernal (64 %) tandis que ceux situés en montagne réalisent davantage de nuitées (521 000), la durée de séjour y étant plus longue (2,7 nuits en montagne contre 1,8 à Grenoble).
→ L'ensemble des hôtels de la région Rhône-Alpes enregistre une très légère hausse du nombre de nuitées (+ 1,4 %) françaises comme étrangères, une performance moindre par rapport à celle de l'Isère (+ 4 %).

Fréquentation touristique hivernale

Zoom sur un territoire... Belledonne @

☺ Indicateurs en hausse dans les stations de Belledonne

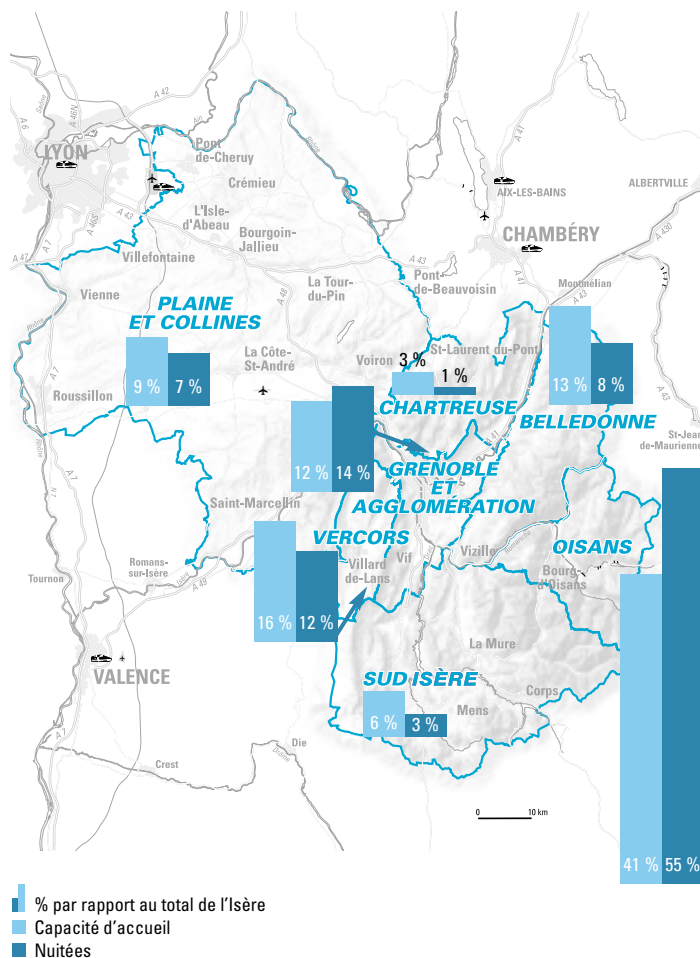
- Ce massif dispose de stations de ski renommées et relativement performantes : il rassemble 13 % de la capacité d'accueil du département (9 000 lits touristiques marchands), 20 % du parc des remontées mécaniques et 10 % du domaine de ski nordique.
- Ces stations, habituellement très appréciées par la clientèle de proximité pour la pratique du ski, ont ainsi bénéficié des bonnes conditions d'enneigement de cet hiver et séduit davantage de Grenoblois, Isérois et Lyonnais à la journée et en séjour : le T.O. des hébergements marchands atteint 42 % et enregistre une hausse de 10 % par rapport à la moyenne des 5 saisons précédentes, le chiffre d'affaires des remontées mécaniques se monte à 15,6 millions d'euros, en hausse de 23 % par rapport à 2001-02, et la redevance du ski nordique, qui s'élève à 207 milliers d'euros, est supérieure de 12 % à 2001-02.
- Cependant, pour attirer davantage de clientèle en séjour, un soin particulier doit entre autres être apporté à la qualité de l'hébergement et à l'architecture¹.

Les chiffres clés – Isère @

Capacité d'accueil *	71 500 lits
Nuitées totales *	4,4 millions
Taux d'occupation moyen *	51 %
par rapport à la moyenne 97-98 à 2001-02	-2 % ⇒
par rapport à 2001-02	-2 % ⇒
Part de la clientèle étrangère en hôtellerie	24 %
par rapport à 2001-02 (en nuitées)	+3 % ↗
Chiffre d'affaires des remontées mécaniques	91 million €
par rapport à 2001-02 (en € constants)	+14 % ↗
<i>Source : SNTF</i>	
Redevance du Ski de Fond	1,169 millions €
par rapport à 2001-02 (en € constants)	+6 % ↗
<i>Source : Dauphiné Ski Nordique</i>	
Activité des 50 principaux sites et musées	630 000 visiteurs
par rapport à 2001-02	+0,6 % ⇒

* 7 hébergements marchands

(1) Cf. résultats de l'enquête de satisfaction pages 10-11-12.



L'activité des sites et musées @

☺ Durant cet hiver, 630 000 personnes ont visité les 50 principaux sites et musées de l'Isère. L'activité culturelle maintient son rythme depuis une dizaine d'années.

- 30 % des visites enregistrées au cours de l'année se déroulent pendant la saison hivernale.
- La neige et le beau temps, qui ont favorisé les déplacements en stations, ont permis aux sites et musées situés en montagne d'accueillir davantage de visiteurs que la saison précédente. A l'inverse, les musées de Grenoble connaissent une baisse d'activité relativement importante, notamment en janvier.

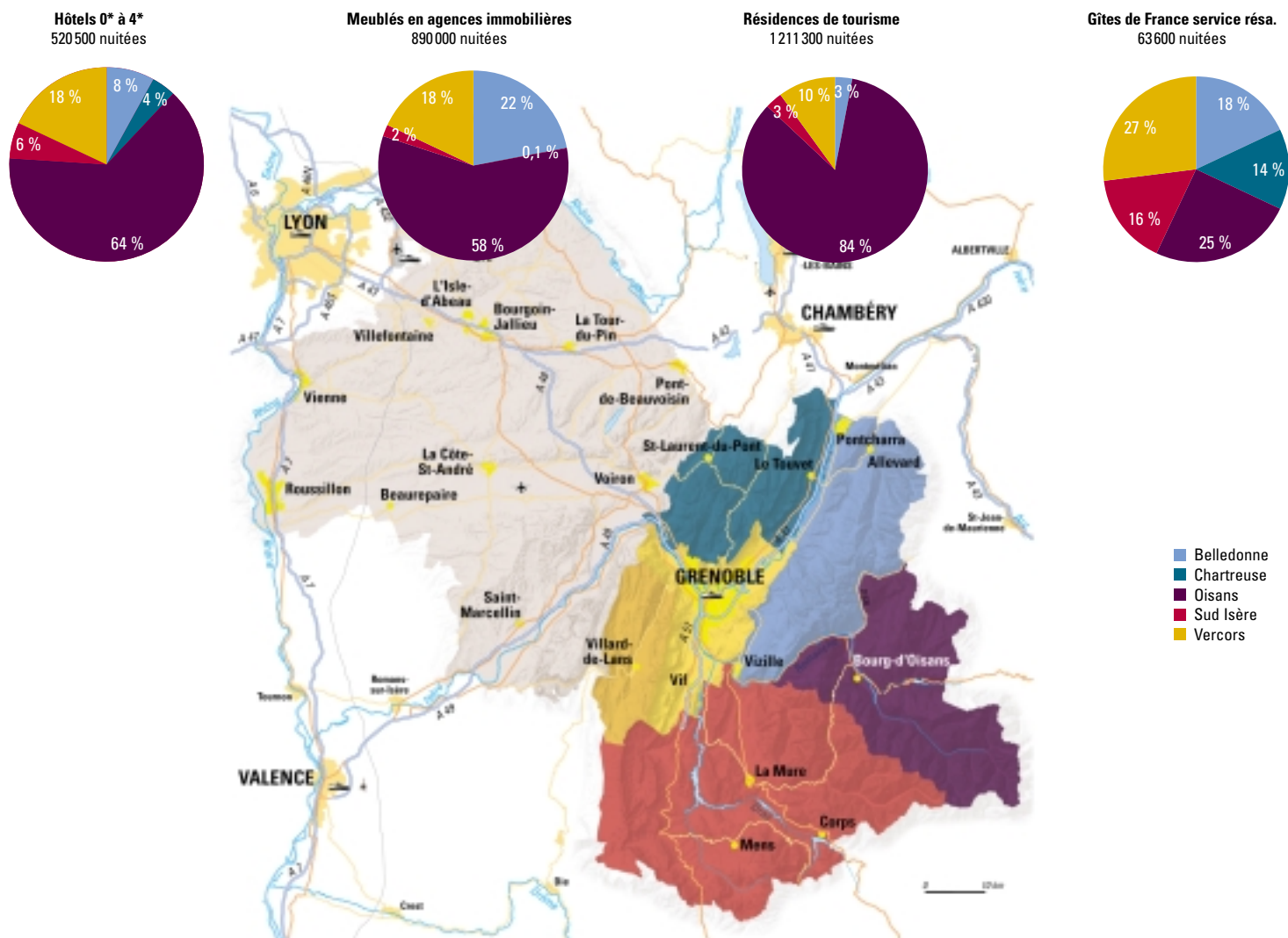
La fréquentation touristique en montagne

Davantage de monde en stations grâce à la clientèle de proximité







La neige, présente sur tous les massifs, permet aux stations de basse et de moyenne altitude d'enregistrer de meilleurs résultats que les hivers précédents. Ce phénomène est toutefois moins flagrant pour les hébergements que pour les « activités ski ». Si l'enneigement a permis aux touristes de prendre la route des stations de plus basse altitude qu'ils ne fréquentaient plus depuis quelques années, il a également favorisé les déplacements à la journée (préférés à une location à la semaine dans une station plus lointaine).

→ L'étude des flux touristiques¹ dénombre 4,7 millions de nuitées totales dans le périmètre à neige isérois (Oisans et Chamrousse) soit une hausse de +4,5 % par rapport à 2001/02 (grâce aux séjours en hébergement non marchand : résidences secondaires, famille, amis).





(1) Source : ORT Rhône-Alpes / B.E.T.F. MARCHAND étude des flux sur le périmètre à neige régional – hiver 2002-03

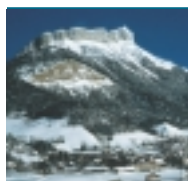








Fréquentation touristique hivernale

Belledonne		offre	fréquentation		
	715 lits,	soit 4 % de l'Isère	40 % de T.O., 39 200 nuitées	+21%	↗
	4 115 lits,	soit 25 % de l'Isère	41 % de T.O., 193 690 nuitées	+6%	↗
	770 lits,	soit 5 % de l'Isère	44 % de T.O., 39 790 nuitées	+14%	↗
	225 lits,	soit 12 % de l'Isère	53 % de T.O., 11 280 nuitées	+50%	↗
	80 RM,	soit 19 % de l'Isère	15,6 M€ de chiffre d'affaires	+23%	↗
	112 km,	soit 10 % de l'Isère	207 K€ de chiffre d'affaires	+12%	↗





Chartreuse		offre	fréquentation		
	380 lits,	soit 2 % de l'Isère	40 % de T.O., 20 835 nuitées	+21%	↗
	220 lits,	soit 11 % de l'Isère	36 % de T.O., 8 630 nuitées	+9%	↗
	46 RM,	soit 10 % de l'Isère	1,5 M€ de chiffre d'affaires	+43%	↗
	158 km,	soit 14 % de l'Isère	95,8 K€ de chiffre d'affaires	+71%	↗








Oisans		offre	fréquentation		
	3 305 lits,	soit 19 % de l'Isère	65 % de T.O., 334 840 nuitées	+12%	↗
	8 900 lits,	soit 53 % de l'Isère	44 % de T.O., 517 060 nuitées	-17%	↘
	10 540 lits,	soit 65 % de l'Isère	70 % de T.O., 1 009 920 nuitées	-4%	↘
	425 lits,	soit 22 % de l'Isère	33 % de T.O., 15 870 nuitées	-8%	↘
	190 RM,	soit 45 % de l'Isère	65 M€ de chiffre d'affaires	+11%	↗
	94 km,	soit 8 % de l'Isère	42,8 K€ de chiffre d'affaires	0%	↔



Sud Isère		offre	fréquentation		
	565 lits,	soit 3 % de l'Isère	40 % de T.O., 30 975 nuitées	+21%	↗
	245 lits,	soit 13 % de l'Isère	33 % de T.O., 10 430 nuitées	+3%	↗
	¹ 26 RM,	soit 6 % de l'Isère	0,5 M€ de chiffre d'affaires	+9%	↗
	116 km,	soit 10 % de l'Isère	38,2 K€ de chiffre d'affaires	+14%	↗



Vercors		offre	fréquentation		
	1 150 lits,	soit 7 % de l'Isère	53 % de T.O., 94 710 nuitées	+2%	↔
	2 810 lits,	soit 17 % de l'Isère	38 % de T.O., 124 380 nuitées	-12%	↘
	410 lits,	soit 21 % de l'Isère	45 % de T.O., 17 340 nuitées	0%	↔
	¹ 84 RM,	soit 20 % de l'Isère	8,5 M€ de chiffre d'affaires	+14%	↗
	618 km,	soit 53 % de l'Isère	709,9 K€ de chiffre d'affaires	-3%	↘



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




(T.O.) Cf. lexique page 15
 (RM) Nombre de remontées mécaniques
 (km) Nombre de kilomètres de pistes damées
 (M€) Millions d'euros
 (K€) Milliers d'euros
 (1) Remarque : le parc des remontées mécaniques de l'Alpe du Grand Serre est désormais 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.

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

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

Une activité essentiellement tournée vers le tourisme d'affaires @




Le développement du tourisme d'affaires à Grenoble (70 % des nuitées) et dans le Nord Isère (62 %) assure aux hôtels une activité régulière d'une année sur l'autre et bien répartie sur la saison.

Plaine & Collines	offre	fréquentation	
 4235 lits, soit 25 % de l'Isère	51 % de T.O.,	218 190 nuitées	-3% ↘
 385 lits, soit 20 % de l'Isère	46 % de T.O.,	16 370 nuitées	0% ⇔
 18 musées et sites sur 50 enquêtés		71 210 visiteurs	-1% ⇔



-  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	
 6750 lits, soit 39 % de l'Isère	64 % de T.O.,	426 660 nuitées	+0% ⇔
 900 lits, soit 6 % de l'Isère	79 % de T.O.,	52 440 nuitées	-1% ⇔
 8 musées et sites sur 50 enquêtés		208 265 visiteurs	-12% ↘



Tourisme culturel: un marché concurrentiel face à une demande stagnante @

Séduire, convaincre et fidéliser des clients très divers, aux attentes et comportements spécifiques, tel est l'enjeu des professionnels du tourisme culturel¹. Ce secteur connaît une double concurrence: l'ouverture de nouveaux sites mais aussi les loisirs au sens large (cinéma, promenades, sorties diverses, activités...). Cet hiver, les plus touchés sont les sites et musées de Grenoble qui voient leur fréquentation diminuer de 12 %.

10 principaux sites et musées de Grenoble et Plaine & Collines

	Fréquentation	par rapport à 2001-02
Musée de Grenoble	67 475	-1% ⇔
Téléphérique de Grenoble	62 670	-7% ↘
Musée Dauphinois à Grenoble	21 460	-7% ↘
Musée de l'Ancien Évêché à Grenoble	12 720	-19% ↘
Musée de Résistance et Déportation à Grenoble	10 560	+2% ⇔
Théâtre Antique à Vienne	6 485	-7% ↘
Grottes de La Balme	6 330	-10% ↘
Cité Médiévale de Crémieu	5 345	-18% ↘
Musée archéologique-Église St Laurent à Grenoble	5 070	-24% ↘
Paradis du Chocolat à La Côte St André	4 950	-12% ↘

Remarque: sont présentés ici les fréquentations des sites nous permettant de diffuser leurs résultats (l'hiver s'étend de décembre 2002 à avril 2003).

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

L'Isère et ses voisins alpins

Une saison propice à la pratique du ski @

Chutes de neige importantes jusqu'à basse altitude, températures fraîches et soleil généreux ont permis à l'ensemble des massifs français de réaliser une bonne saison.

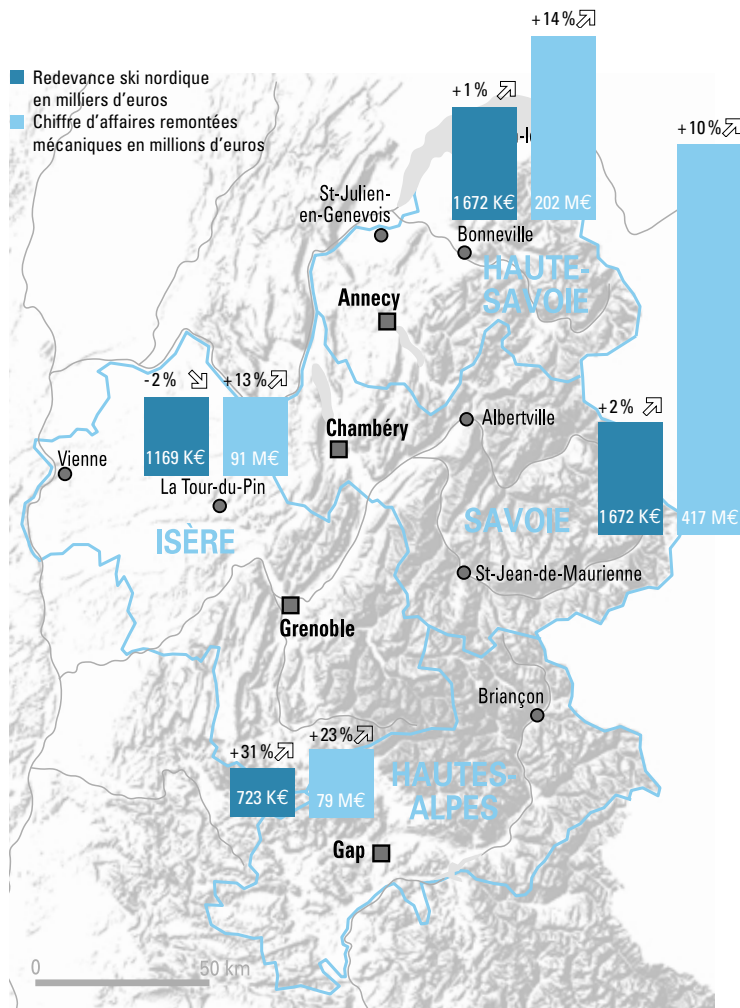
Le chiffre d'affaires national des **remontées mécaniques** s'élève à 930 millions d'euros (+14% par rapport à la moyenne des 4 saisons précédentes).

Après 2 saisons difficiles, le **ski nordique** retrouve un niveau satisfaisant: 10 millions d'euros de redevance nationale (+12% par rapport à la moyenne de 1998-99 à 2001-02).

→ L'Isère réalise 10% du chiffre d'affaires national des Remontées Mécaniques et 12% de la redevance du ski nordique, notre département se place ainsi en 3^e position derrière les Savoie.

Zoom sur les remontées mécaniques

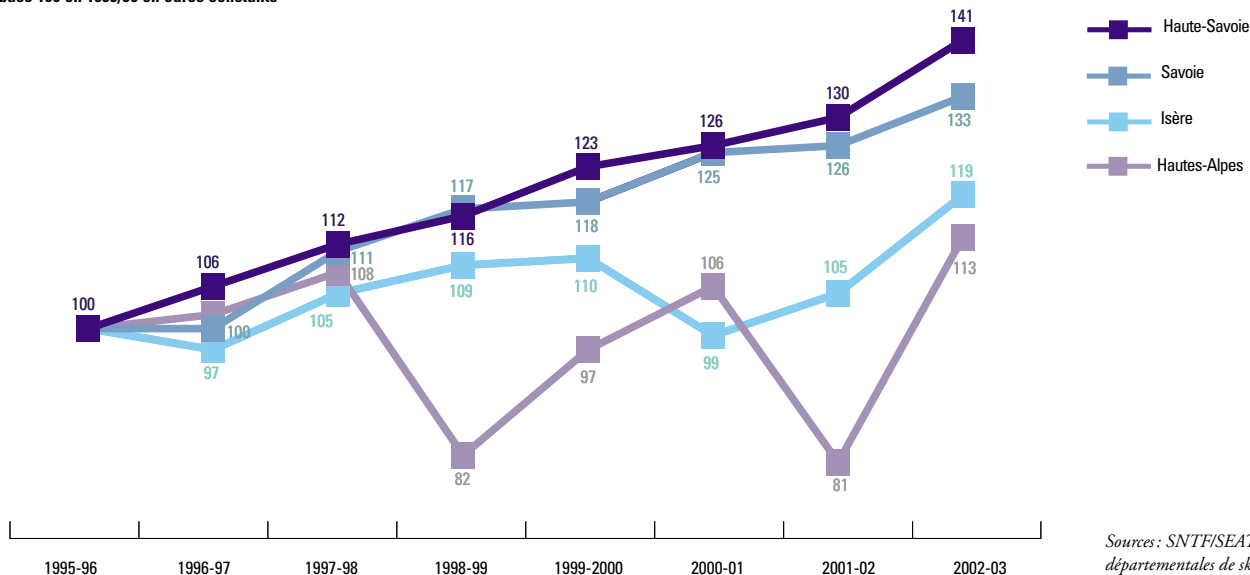
- En Savoie et Haute-Savoie, les stations d'altitude à enneigement garanti assurent, au fil des saisons, une progression régulière de l'activité des remontées mécaniques tandis que l'Isère et les Hautes-Alpes subissent davantage les caprices de l'enneigement.
- A l'image de la tendance nationale, notre département connaît un bilan satisfaisant cette saison, qui compense la plus faible activité des 2 saisons précédentes.



% : évolution par rapport à la moyenne 1998-99 à 2001-02 (€ constants)

Evolutions du CA des exploitants des remontées mécaniques :

Indices base 100 en 1995/96 en euros constants



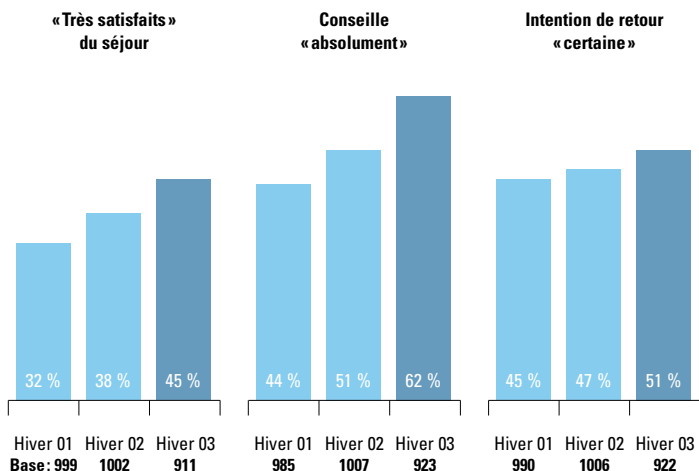
Sources : SNTF/SEATM/Associations départementales de ski nordique

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

Satisfaction record cet hiver¹ @

Cet hiver s'annonce comme le plus satisfaisant depuis 1999 : davantage de personnes « très satisfaites » de leur séjour et prêtes à conseiller « absolument » leur destination. Les conditions d'enneigement et de météorologie expliquent sans doute ce bon résultat.

Cependant le nombre de séjournants « certains » de revenir affiche une progression moindre. En effet, les « mécontents » ou les « satisfaits » de leur séjour « tirent vers le bas » cet indicateur. En définitive, seul le noyau des « très satisfaits » assure véritablement la promotion de l'Isère via le « bouche à oreille ».



Précision méthodologique : Pour évaluer le niveau de satisfaction générale de la clientèle, nous suivons 3 indicateurs : le taux de « très satisfaits » du séjour, le taux de préconisation « absolue » envers la destination et le taux d'intention de retour « certain ». On ne peut pas, en effet, 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) Pour la signification des indicateurs, se reporter au lexique.

(2) Sans tenir compte des personnes hébergées en résidences secondaire, dans leur famille ou chez des amis.

Un niveau de satisfaction plus élevé parmi les jeunes et les seniors

- 67% des moins de 20 ans s'affirment « très satisfaits » de leur séjour contre 45 % pour l'ensemble des personnes interrogées.
- Par ailleurs, 80 % des 56/65 ans et 83 % des retraités conseillent « absolument » leur destination à leur entourage contre 62 % en moyenne ; de plus 71 % de ces derniers affirment être « certains » de revenir contre 51 % en moyenne.

L'Isère, une destination moins « séduisante » pour la clientèle dont c'est le premier séjour

Seulement 47 % des « premières fois » sont prêts à conseiller « absolument » leur destination à leur entourage contre 72 % des « déjà venus » et 21 % affirment être « certains » de revenir contre 70 % des « déjà venus »². La nouvelle clientèle reste toujours à convaincre.

Le ski, le cadre et l'environnement naturel constituent les aspects essentiels du séjour

41 % des personnes interrogées ont cité le ski comme l'élément le plus important du bon déroulement de leur séjour tandis que 43 % ont cité le cadre et l'environnement naturel. Une activité « ski » d'ailleurs primordiale pour les moins de 25 ans, les hommes et les personnes en séjour pour la « première fois ».

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

Si le « cadre, l'environnement naturel », la « facilité pour réserver l'hébergement ou le séjour », « l'accueil dans les Offices de Tourisme » et « l'accès à la station » demeurent les points les mieux notés du séjour, ceux concernant le ski alpin et nordique, les possibilités de pratiquer la raquette voire la luge sont en forte hausse cet hiver

En revanche, les activités ou les animations proposées, l'offre en commerces, les aménagements, le stationnement, les prix etc. sont toujours à la traîne



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, pour les non skieurs et les enfants ⇒
La facilité pour réserver l'hébergement ou le séjour ⇒	Le confort de l'hébergement marchand ⇒	La durée d'attente (remontées mécaniques, commerces, etc.) ↗
L'accueil dans les Offices de Tourisme ⇒	Les déplacements dans la station (à pied, en voiture) ⇒	L'architecture locale ⇒
L'accès à la station ⇒	La pratique de la raquette ou de la luge ↗	Le coût du séjour ⇒
La qualité de préparation des domaines nordiques et alpins ↗	Les possibilités de promenade et de randonnées ⇒	Le prix des commerces, des activités, des animations et de l'hébergement marchand ⇒
L'étendue, le balisage des domaines nordiques ↗	L'étendue, le balisage des domaines alpins ↗	Les commerces et les aménagements ⇒
		Le stationnement ⇒
		La propreté des lieux*

*Critères retenus pour leur importance dans l'évaluation de la satisfaction. * nouveau critère. Le sens des flèches indique l'évolution globale de chaque critère par rapport à l'hiver 2001/02. Pour le classement des critères se reporter au lexique page 15.*

Un niveau de satisfaction en hausse pour le ski alpin et le ski nordique

- Le taux de « très satisfaits » des critères relatifs au ski alpin et nordique croît entre +5 et +19 points par rapport à l'hiver 2001/02.
- 38 % des personnes interrogées ont spontanément cité le « domaine skiable » parmi les points forts de leur séjour - devant le « cadre et l'environnement naturel » - et 23 % se sont réjouis de l'enneigement.
- Par ailleurs, on observe de façon générale que les Rhônalpins sont plus critiques que les Franciliens ou les résidents de PACA à propos du ski alpin.

→ *Au final, des résultats rassurants et à conforter compte tenu de l'importance du ski dans le séjour.*

Malgré ces bons résultats, 8 % de la clientèle interrogée classe le « domaine skiable » parmi les aspects de son séjour à améliorer

- Des domaines diversifiés répondant aux pratiques de chaque profil de skieurs (confirmés, débutants, enfants avec des espaces gratuits pour leur apprentissage par exemple), bien entretenus (sans cailloux, ni glace), une plus grande fluidité aux remontées mécaniques, des liaisons facilitées entre domaines etc. sont autant d'attentes exprimées par la clientèle.

La satisfaction par massif

Belledonne	indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
	48 % « très satisfaits »	Le ski alpin	L'hébergement (confort et prix)
	48 % conseillant « absolument » la destination	Les déplacements sur place	La pratique de la luge
	42 % « certains » de revenir	L'accueil (OT et commerces)	L'architecture
Un massif apprécié pour l'étendue et l'enneigement de ses domaines skiables cet hiver			

Chartreuse	indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
	46 % « très satisfaits »	Le cadre naturel	La pratique de la luge
	84 % conseillant « absolument » la destination	La propreté des lieux	Les activités pour les non-skieurs
	60 % « certains » de revenir	L'architecture	
		Le coût global du séjour	
Un cadre recherché qui plaît et lié sans doute au niveau de satisfaction générale élevé			

Oisans	indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
	26 % « très satisfaits »	L'étendue du domaine alpin	Les possibilités de promenade et de randonnées
	62 % conseillant « absolument » la destination	Les activités après-ski et le soir	Le confort de l'hébergement
	46 % « certains » de revenir		La propreté des lieux
			Les déplacements sur place
Le ski et les activités, points forts de l'Oisans. Cependant une clientèle exigeante compte tenu du niveau de satisfaction générale			

Sud Isère	indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
	61 % « très satisfaits »	Le cadre naturel	Les commerces proposés
	58 % conseillant « absolument » la destination	L'accueil (OT et commerces)	Les activités après-ski et le soir
	53 % « certains » de revenir	Le ski alpin	
		La pratique de la luge	
Un massif qui a su conjuguer, cet hiver, ski et cadre naturel pour la plus grande satisfaction de sa clientèle			

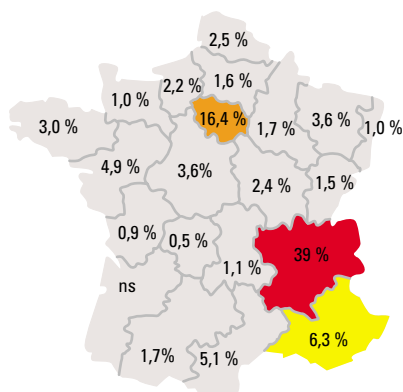
Vercors	indicateurs clés	à valoriser	à améliorer
	45 % « très satisfaits »	Le ski de fond	Le ski alpin (les 3 critères)
	68 % conseillant « absolument » la destination	Les activités pour les non-skieurs	La pratique de la luge
	52 % « certains » de revenir	L'accès aux stations	
		Les possibilités de promenade et randonnées	
Des domaines de fond appréciés pour leur étendue et leur qualité. Un massif qui ravit aussi les non-skieurs			

La clientèle française en Isère

Une clientèle avant tout régionale puis francilienne @

- Avec 39 % des séjours (soit près de 504 000 séjours) réalisés par les Rhônalpins au cours de l'hiver, la clientèle régionale constitue le

Origine de la clientèle en Isère



cœur de cible du tourisme en Isère. Le Rhône, avec plus de 226 000 séjours (soit 17,5 % des séjours), continue à représenter notre 1^{er} bassin de clientèles.

- L'Île-de-France reste le second marché émetteur de clientèles pour l'Isère avec 16,4 % des séjours malgré un recul de 15 % heureusement contre-

carré par un allongement de la durée (+1,2 nuits) ce qui permet un maintien du volume des nuitées¹.

Une clientèle familiale, d'âge moyen et plutôt aisée

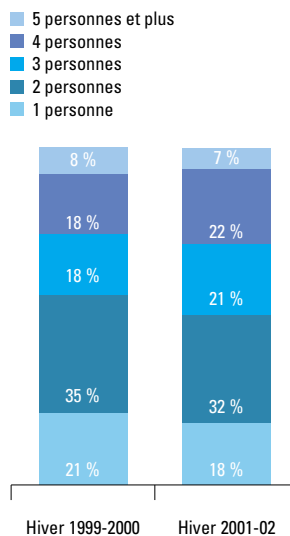
- L'Isère continue de séduire une clientèle essentiellement familiale: les foyers composés de plus de 3 personnes sont en progression (+ 16 %) contrairement à ceux d'1 ou 2 personnes (- 12 %).
- La génération des «35-49 ans» réalise 1/4 des séjours et demeure notre cœur de cible, la clientèle des seniors progresse (+ 26 %) alors que les juniors sont en recul (- 28,5 %).
- Une clientèle plutôt aisée reste fidèle à la destination: 44 % des séjours sont le fait de foyers dont le chef de famille est cadre ou exerce une profession libérale ou intermédiaire.

Une clientèle fortement adepte des activités « neige »

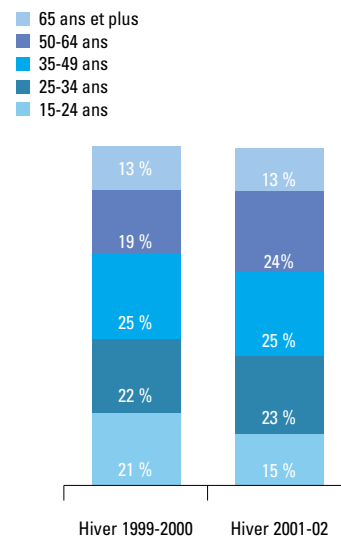
Même si la diversification est nécessaire, les activités « neige » prédominent encore largement en particulier la pratique du ski alpin qui motive près d'1/3 des séjours en Isère (soit une progression de 13 % par rapport à l'hiver 1999/00).

(1) Consultez le Cahier de l'Observatoire #3: « Les Franciliens, un marché prioritaire, un enjeu important ».

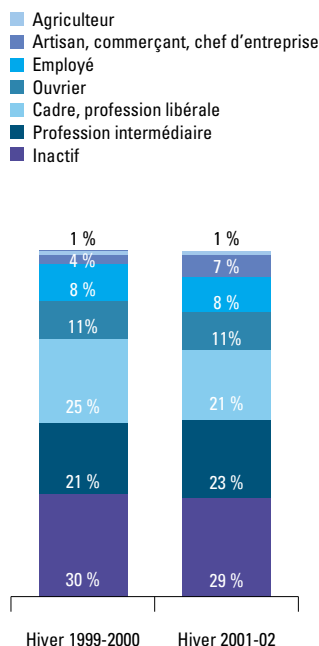
Taille du foyer



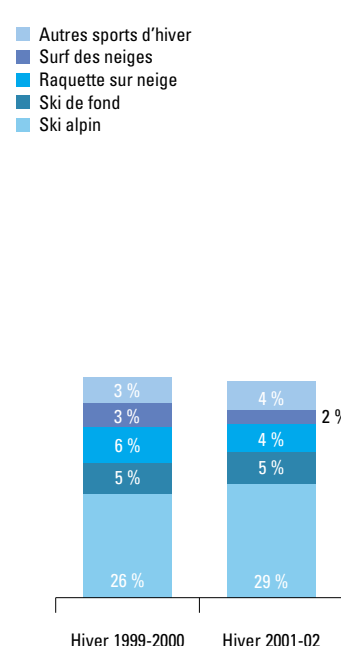
Âge des clientèles



CSP des clientèles



Pratique des sports d'hiver*



* Plusieurs citations possibles.

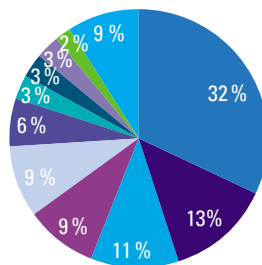
Source: Enquête SDT / Sofrès-Direction du Tourisme – hiver 2001-02.

La clientèle étrangère en hôtellerie classée

Un quart de clientèle étrangère @

• Au cours de cet hiver, la part de la clientèle étrangère en hôtellerie atteint 24 %. Les touristes étrangers, qui avaient boudé notre département l'hiver dernier, sont venus un peu plus nombreux au cours de cette saison (+8 000 nuitées, soit +4 %), mais toujours moins qu'il y a deux ans.

• En Rhône-Alpes, les étrangers, qui représentent 30 % de la clientèle, voient leur fréquentation en hausse de 2,3 % (en nuitées) alors que sur le plan national, elle est en recul de 2,7 %.



Une reprise de nos marchés traditionnels

Contrairement à l'hiver dernier où nos 3 principaux pays émetteurs de clientèle enregistraient de fortes baisses, cette saison :

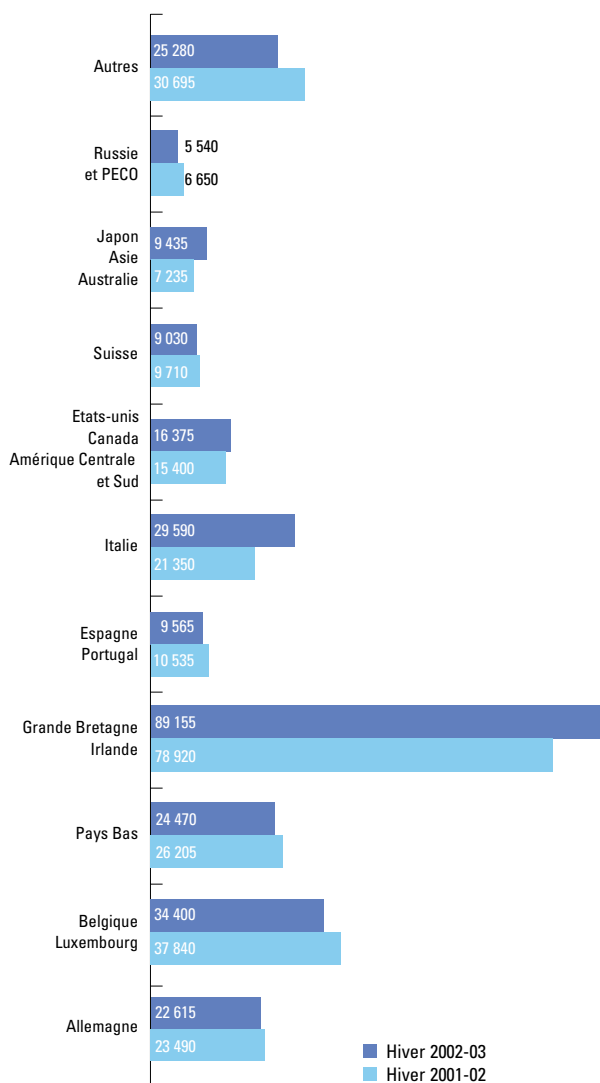
• Les **Anglais** sont revenus en masse (+13 %). L'hypothèse de la conséquence des attentats du 11 septembre comme explication de leur désaffection de l'hiver passé semble se confirmer.

• Les **Belges et Luxembourgeois** semblent séduits par nos stations, ils sont aussi nombreux que l'hiver dernier même s'ils sont restés moins longtemps sur le lieu de leur séjour.

• Toujours moins nombreux qu'il y a deux ans, les **Italiens** ont toutefois repris leur place de troisième marché étranger perdue l'hiver dernier (en nombre de nuitées) grâce à un allongement de leur durée de séjour (+0,7 nuits).

Les **Allemands**, quant à eux, continuent de « boudier » la destination Isère, et plus généralement la destination France.

→ Ces évolutions sont également enregistrées au niveau national. L'Isère se démarque en revanche par une hausse de fréquentation des Américains et un allongement notable de la durée de séjour des Japonais (+0,7 nuits).



Source : Enquête Insee / ORT Rhône Alpes / CDT Isère.

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 :

$Taux\ 2003 - Taux\ 2002 = \text{évolution en points};$
 $ce\ résultat\ divisé\ par\ le\ Taux\ 2002 = \text{évolution en \%}.$

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 7 hébergements marchands et des principaux secteurs d'activité;
- Analyse des résultats quantitatifs de l'activité touristique et de ses performances;
- Partenariat avec l'INSEE et l'ORT Rhône-Alpes pour les enquêtes des hôtels et des hébergements collectifs;
- Présentation des résultats par territoire quand l'offre et les réponses sont statistiquement exploitables;
- Intervalle de confiance : compris entre + ou - 10 %;
- Nouveauté 2002 : interrogation des Gîtes en service direct en collaboration avec les Gîtes de France.

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 centres internationaux de séjour.

Taux de « Très satisfait » du séjour

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

Taux de préconisation « absolue »

Part des personnes interrogées déclarant

conseiller « absolument » leur lieu de séjour à leur entourage.

Taux d'intention de retour « certain »

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

Classement des critères de satisfaction :

« A valoriser » : taux de « très satisfaits » > à 40 % et taux de « mécontents¹ » < à 14 %

« A surveiller » : taux de « très satisfaits » > à 30 % et taux de « mécontents » > à 14 %

« A améliorer » : taux de « très satisfaits » < à 20 % et taux de « mécontents » > à 25 %

Pour le classement des critères par massif (p. 12), on tient compte également des résultats de chaque critère par rapport aux résultats obtenus pour l'ensemble des massifs.

(1) Les « mécontents » sont les personnes qui se sont déclarées « plutôt » à « pas du tout satisfaites » aux différentes questions

2. Satisfaction de la Clientèle Touristique

- Enquête réalisée depuis 1999
- 1 000 personnes interrogées dans 10 stations de sports d'hiver
- Echantillon constitué selon la méthode « des itinéraires »
- Interrogation en face à face par des enquêteurs du CDT
- Les 20, 21, 27 et 28 février 2003
- 40 journées d'enquête en équivalent journées enquêteurs.

Remerciements

Nous tenons à remercier l'ensemble de nos partenaires pour leur précieuse collaboration : 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.

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, d'octobre 2001 à mars 2002.
- 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 tous les 2 ans 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

Virginie JACOB, Chargée de l'enquête de fréquentation
04 76 44 91 86 – virginie.jacob@isere-tourisme.com

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

