



Synthèse



CONTOURS - 121, Rue d'Aguesseau - 92100 BOULOGNE BILLANCOURT
Tél. 01.42.88.44.29 - Fax. 01.42.88.97.00 - www.contours-conseil.com

Enquête autour
des enjeux

d'une

Flexibilisation des
séjours hiver

-

29 AVRIL AU 16 MAI 2022

Contacts :

François Poursain

f.poursain@contours-conseil.com

Juliette Reverdy

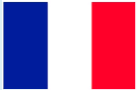

j.reverdy@contours-conseil.com

MÉTHODOLOGIE D'ENQUÊTE

Cette enquête vise à évaluer la capacité des clients de la destination Savoie Mont Blanc à modifier leurs habitudes de séjour l'hiver, c.à.d. à s'intéresser à d'autres formules de séjours que le format courant d'un départ et/ou d'une arrivée le « samedi », et à identifier des pistes d'offres alternatives crédibles.



Période d'enquête : du 29 avril au 16 mai 2022

Taille des échantillons	
	1142 réponses
	448 réponses

- Echantillon général de français partis en week-ends et/ou vacances en montagne en Savoie ou Haute Savoie l'hiver au moins 1 fois ces 3 dernières années, et déclarant être client de la destination de manière occasionnelle à très régulière.
- Un échantillon français de moins de 30 sans enfants partis en week-ends et/ou vacances en montagne en Savoie ou Haute Savoie l'hiver au moins 1 fois ces 3 dernières années et déclarant être client de la destination de manière occasionnelle à très régulière.

SOMMAIRE

1. HABITUDES DE SEJOUR AUX SPORTS D'HIVER

2. Appréciation de l'expérience de séjour

3. Intérêt et impact de propositions alternatives

4. Synthèse



HABITUDES DE SÉJOURS AUX SPORTS D'HIVER EN SMB

Nb moyen de séjours en SMB l'hiver

			
Global		1,94	2,11
Origine géographique	AURA	2,70	2,70
	Autres régions	1,74	1,89
Type de séjour	Marchand	1,87	2,02
	Non-marchand	2,17	2,47

Les clients consommateurs de la destination Savoie Mont-Blanc l'hiver réalisent en moyenne un peu moins de 2 séjours (au moins 1 nuit sur place) sur une saison, une moyenne légèrement supérieure chez les jeunes.

Logiquement, le fait de résider à proximité de la destination ou de disposer d'une possibilité d'hébergement sur place fait progresser cette moyenne :

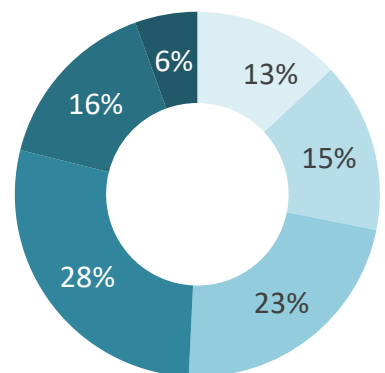
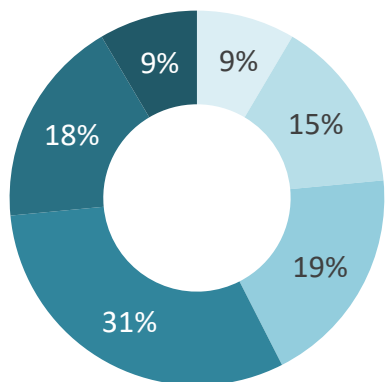
- ⇒ 2,7 séjours par saison pour les résidents AURA
- ⇒ Près de 2,5 séjours pour les jeunes disposant d'une possibilité d'hébergement sur place.

HABITUDES DE SÉJOURS AUX SPORTS D'HIVER EN SMB

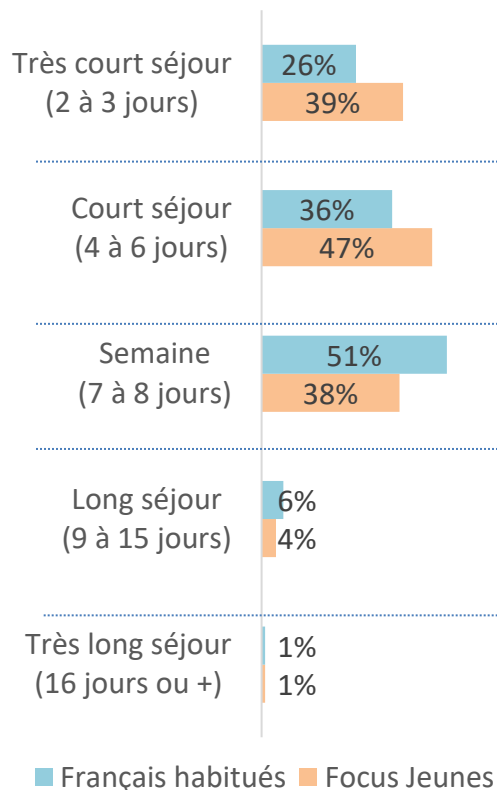


Période des séjours

- Décembre avant Noël
- Vacances de Noël
- Janvier hors vacances
- Vacances de Février
- Mars hors vacances
- Vacances de Printemps



Durée des séjours



Jours d'arrivée


Jour	Français habitués	Focus Jeunes
Vendredi	67%	78%
Samedi	18%	11%
Samedi	30%	25%
Vendredi	23%	30%
Samedi	71%	64%
Dimanche	12%	14%
Samedi	29%	33%
Vendredi	19%	17%
Lundi	17%	28%
Lundi	29%	60%
Samedi	24%	20%
Dimanche	24%	20%


Jours de départ

Jour	Français habitués	Focus Jeunes
Dimanche	55%	72%
Lundi	24%	13%
Lundi	11%	20%
Vendredi	23%	19%
Samedi	16%	12%
Dimanche	18%	18%
Samedi	64%	53%
Dimanche	24%	29%
Samedi	23%	22%
Dimanche	41%	44%
<i>!/\ effectif faible</i>		
Samedi	24%	20%
Dimanche	29%	20%
<i>!/\ effectif faible</i>		

Plus de la moitié des clients français viennent durant les périodes de vacances scolaires, et majoritairement en février. Le modèle du séjour semaine est très dominant (1 partant sur 2), les durées plus longues étant tout à fait marginales. Les jeunes se démarquent par une plus forte proportion de partants sur les « périodes creuses » (52% des partants vs 46% pour la population générale). Mais surtout, ils partent en moyenne plus fréquemment que l'ensemble des clients français, pour des durées de séjours plus courtes (1/2 nuits : 4 jeunes sur 10, 3 à 5 nuits : 5 jeunes sur 10). Le vendredi et le samedi confirment leurs positions de jour d'arrivée privilégié, en particulier sur les durées de séjours les plus choisies.

HABITUDES DE SÉJOURS AUX SPORTS D'HIVER EN SMB :

	Jours d'arrivée		Jours de départ		Jours d'arrivée		Jours de départ	
					Marchand	Non-marchand	Marchand	Non-marchand
 Lundi	9%	11%	Lundi	9%	10%	10%	13%	
Mardi	3%	4%	Mardi	3%	3%	3%	6%	
Mercredi	3%	5%	Mercredi	3%	3%	5%	6%	
Jeudi	5%	4%	Jeudi	4%	10%	4%	6%	
Vendredi	26%	12%	Vendredi	24%	34%	11%	12%	
Samedi	45%	34%	Samedi	49%	28%	39%	16%	
Dimanche	9%	30%	Dimanche	8%	12%	27%	41%	

	Jours d'arrivée		Jours de départ		Jours d'arrivée		Jours de départ	
					Marchands	Non-marchands	Marchands	Non-marchands
Lundi	9%	13%	Lundi	10%	6%	11%	21%	
Mardi	2%	6%	Mardi	2%	2%	6%	6%	
Mercredi	3%	5%	Mercredi	2%	4%	4%	7%	
Jeudi	7%	5%	Jeudi	6%	10%	4%	7%	
Vendredi	39%	10%	Vendredi	35%	52%	11%	8%	
Samedi	32%	22%	Samedi	35%	23%	25%	12%	
Dimanche	8%	38%	Dimanche	10%	3%	38%	38%	

Au global, quelle que soit la durée du séjour, **plus de 70% des arrivées se concentrent sur le vendredi et le samedi**, avec une plus grande affluence le samedi.








Les départs sont légèrement plus lissés, **64% étant néanmoins concentrés sur les samedi et dimanche**.

Tendance identique chez les jeunes avec **des arrivées plus équilibrées entre le vendredi et le samedi**.



En toute logique, le secteur marchand booste les arrivées le samedi, et le non marchand le vendredi.

HABITUDES DE SÉJOURS AUX SPORTS D'HIVER EN SMB

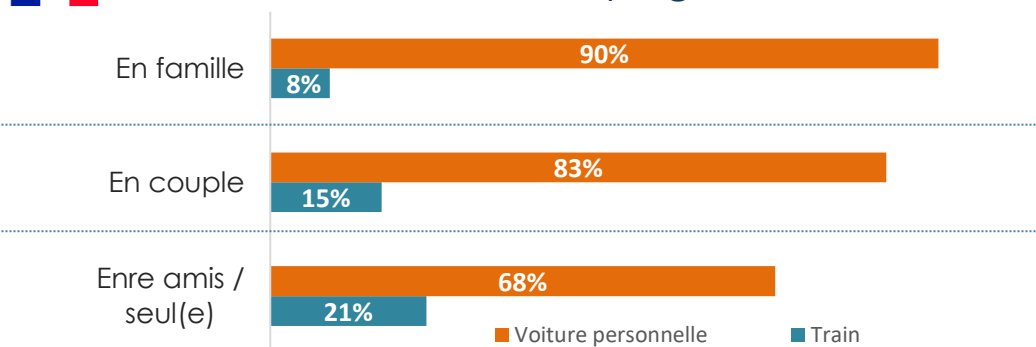
Principal moyen de transport

		
 Voiture personnelle	83%	81%
 Train	13%	11%
 Co-voiturage	2%	4%
 Bus	1%	2%
 Avion	1%	1%

Composition du groupe

		
Seul ou entre amis	18%	31%
En couple	28%	39%
En famille avec mes parents	5%	21%
En famille avec mes enfants	39%	-
En famille élargie	10%	9%
En groupe organisé	1%	1%

Détail / Accompagnants

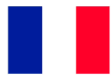









Plus de 80% des flux sont alimentés par des véhicules personnels, sans doute pour des raisons associant l'aspect pratique à l'aspect budgétaire. En effet, la part de choix du train comme mode de transport privilégié baisse lorsque la composition du groupe augmente. Ainsi les familles (un payeur, une logistique plus importante) utilisent davantage leur véhicule personnel.

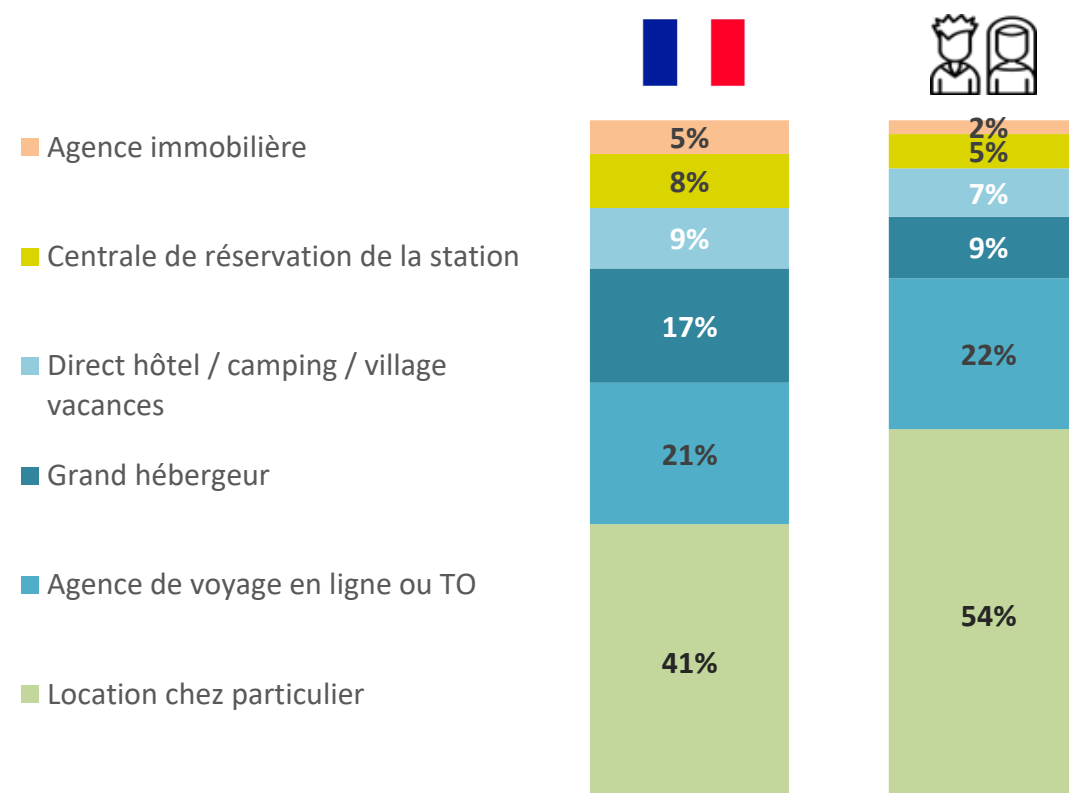
=> La concentration des arrivées et des départs, associés au fait que la quasi-totalité des clients utilisent le même moyen de transport génère nécessairement des difficultés de circulations pour accéder aux stations.

HABITUDES DE SÉJOURS AUX SPORTS D'HIVER EN SMB

Hébergement choisi

		
 Appartement/Chalet d'un opérateur	24%	17%
Appartement/Chalet d'un particulier	36%	46%
 Camping / caravaneige	1%	2%
 Hôtel	10%	8%
 Village club	8%	4%
 Chambre d'hôte	2%	1%
 Résidence secondaire / famille / amis	20%	22%

Canal de réservation



Quel que soit la cible de clientèle (ensemble des clients ou jeunes), à minima 80% des flux d'arrivées/départs sont tributaires des propositions de séjours faites par les opérateurs, que ce soit un professionnel ou un particulier. Dans le détail, les habitués, et particulièrement les jeunes, privilégient la location d'un logement entier pointant dans plus de la moitié des cas vers les offres des particuliers via internet (Airbnb, Booking, Le Bon coin...). L'ensemble des clients français se distingue par une part plus élevée de réservation vers les acteurs du tourisme traditionnels (grands hébergeurs, agence de voyage ...).




SOMMAIRE

1. Habitudes de séjour aux sports d'hiver
- 2. APPRECIATION DE L'EXPERIENCE DE SEJOUR**
3. Intérêt et impact de propositions alternatives
4. Synthèse



APPRÉCIATION DE L'EXPÉRIENCE DE SÉJOUR – CONDITIONS DE VOYAGE

Expérience de voyage en train :

				FR arrivant le samedi	FR – Vac. Scolaires	FR- Hors Vac. Scolaires	
Affluence à la gare	Satisfaits	75%	-1 pt	76%	72%	83%	
	dont très satisfaits	15%		14%	16%	21%	
Voyage dans le train	Satisfaits	77%		77%	78%	81%	
	dont très satisfaits	17%		17%	18%	25%	
Espace pour les bagages*	Satisfaits	70%	-4 pts	70%	71%	71%	
	dont très satisfaits	13%		10%	18%	23%	
Correspondances et transferts depuis la gare	Satisfaits	75%	-3 pts	72%	81%	71%	
	dont très satisfaits	12%		11%	15%	17%	

* Référence enquête précédente (intention de départs en vacances hiver 2022 – Vague 2) : dans une logique de modification des habitudes pour un tourisme plus responsable, 41% des clients français SMB sont réfractaires à prendre le train, la gestion des bagages étant le principal frein (60%), devant les contraintes horaires et la dimension prix.

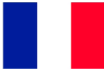

Français et Jeunes montrent un niveau de satisfaction moyen sur leur expérience globale de voyage en train, avec près d'1/4 des clients mécontents. Une arrivée le samedi augmente l'insatisfaction sur la problématique de la gestion des bagages, mais également celle des transferts (inquiétude de ne pas avoir de place si non réservé à l'avance ? Fréquence insuffisante ? Horaires ?).

Peu d'écart entre Vacances scolaires et Hors vacances scolaires, en dehors de la problématique des transferts plus critiqués en période de VS.

APPRÉCIATION DE L'EXPÉRIENCE DE SÉJOUR – CONDITIONS DE VOYAGE

Expérience de voyage en voiture



			<i>FR arrivant le samedi</i>	<i>FR – Vac. Scolaires</i>	<i>FR- Hors Vac. Scolaires</i>	
Fluidité du trajet Aller	Satisfaits	74%	-6 pts	71%	84%	79%
	<i>dont très satisfaits</i>	10%		9%	13%	10%
Fluidité du trajet Retour	Satisfaits	72%	-7 pts	68%	78%	72%
	<i>dont très satisfaits</i>	11%		9%	14%	9%
Circulation en station	Satisfaits	73%	-2 pts	71%	75%	67%
	<i>dont très satisfaits</i>	10%		9%	10%	10%
Facilité de stationnement en station	Satisfaits	64%		62%	67%	59%
	<i>dont très satisfaits</i>	12%		11%	15%	13%

Au global, l'appréciation du trajet en voiture est assez proche de celle en train, avec ¼ des clients mécontents de leurs voyages. Seule la facilité à se garer en station est très en retrait (plus d'1/3 de mécontents), quelle que soit la période analysée ou le jour d'arrivée. Les autres sujets sont très sensibles à l'affluence, avec une appréciation des conditions de circulation qui baisse pour une arrivée le samedi, et des séjours en période de vacances scolaires en retrait par rapport aux périodes d'inter-vacances.

APPRÉCIATION DE L'EXPÉRIENCE DE SÉJOUR – POINTS DE CONTACT DE LA STATION

Conditions d'accueil à l'arrivée sur le lieu de séjour

				Séjours marchands particuliers	Séjours marchands opérateurs touristiques	
Rapidité de la prise en charge à l'arrivée	Satisfaits	95%	94%	95%	96%	
	<i>dont très satisfaits</i>	<i>38%</i>	<i>37%</i>	<i>38%</i>	<i>38%</i>	
Facilité à trouver des informations sur le séjour	Satisfaits	96%	97%	96%	95%	
	<i>dont très satisfaits</i>	<i>39%</i>	<i>36%</i>	<i>42%</i>	<i>35%</i>	
Capacité à réserver les activités en ligne	Satisfaits	94%	95%	92%	90%	
	<i>dont très satisfaits</i>	<i>32%</i>	<i>32%</i>	<i>31%</i>	<i>33%</i>	

Français et Jeunes apprécient les conditions d'accueil des stations de SMB l'hiver, avec 95% de clients satisfaits sur l'ensemble des sujet, dont plus d'1/3 « très satisfaits » sur l'ensemble des critères. A noter que le type d'hébergement occupé n'a aucun impact sur la prise en charge des clients à l'arrivée.

APPRÉCIATION DE L'EXPÉRIENCE DE SÉJOUR – POINTS DE CONTACT DE LA STATION

Expérience aux points de contacts de la station

			
Attente lors de l'achat du/des forfait(s) ski	Satisfaits	82%	81%
	<i>dont très satisfaits</i>	<i>21%</i>	<i>20%</i>
Attente pour le matériel de ski	Satisfaits	81%	78%
	<i>dont très satisfaits</i>	<i>21%</i>	<i>19%</i>
Attente dans les restaurants d'altitude ou en station	Satisfaits	83%	81%
	<i>dont très satisfaits</i>	<i>18%</i>	<i>18%</i>
Affluence aux remontées mécaniques	Satisfaits	69%	67%
	<i>dont très satisfaits</i>	<i>15%</i>	<i>14%</i>
Affluence sur les pistes	Satisfaits	77%	77%
	<i>dont très satisfaits</i>	<i>17%</i>	<i>16%</i>
Affluence et disponibilité des autres activités de loisirs	Satisfaits	85%	83%
	<i>dont très satisfaits</i>	<i>19%</i>	<i>20%</i>

Les sujets relatifs à l'attente ou à l'affluence sur les principaux points de contacts de la station dans le cadre d'un séjour aux sports d'hiver obtiennent des scores de satisfaction moyens, avec près d'1 client sur 5 insatisfait. L'attente aux remontées mécaniques est en retrait. La réalité de l'offre est sans doute plus nuancée, avec des écarts forts entre stations en fonction de leurs équipements et leurs process. Mais c'est quoi qu'il en soit préjudiciable pour l'image renvoyée d'un séjour aux sports d'hiver, car point de passage obligé, le RM structurent l'expérience d'un séjour au ski ...

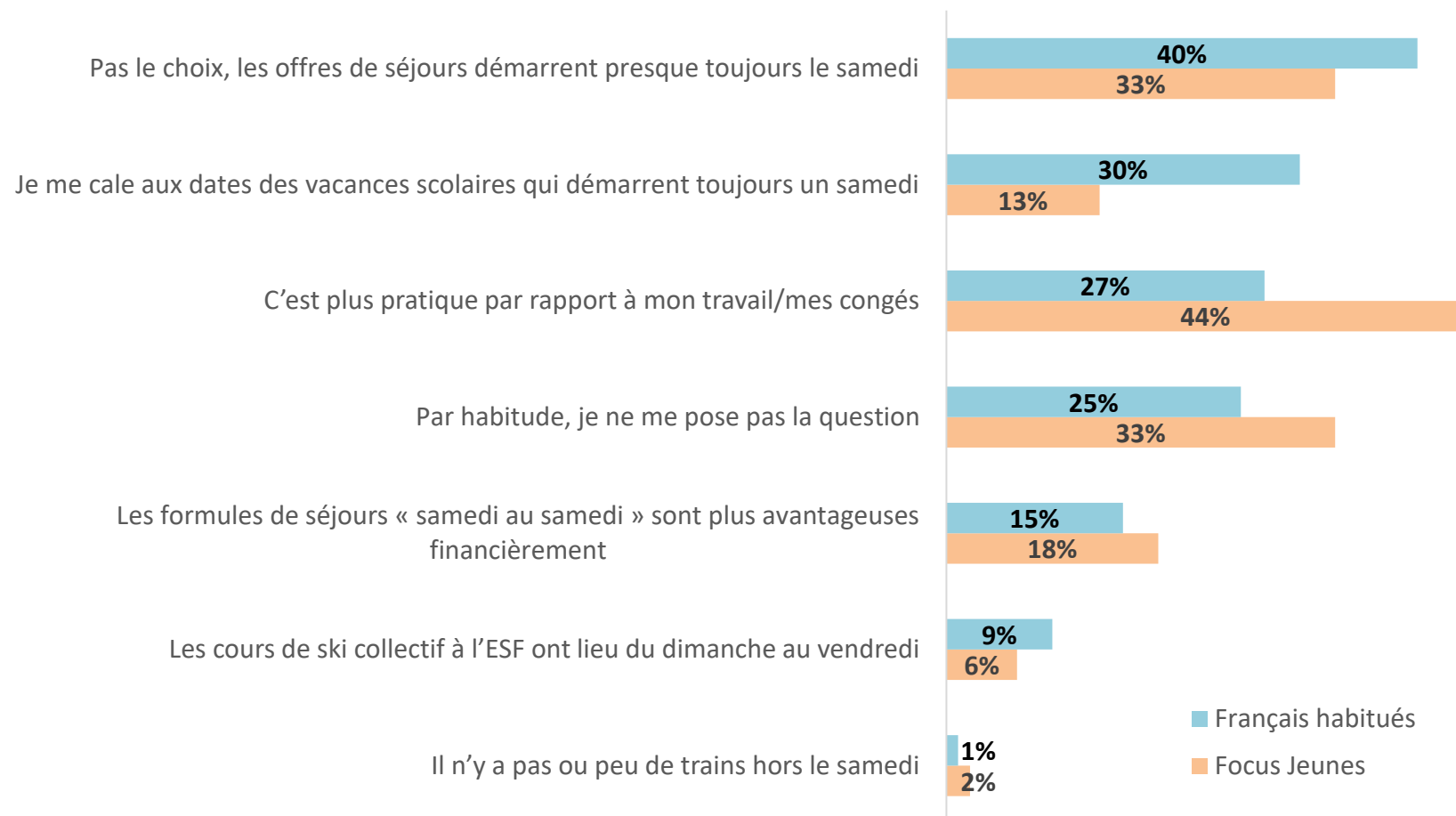


SOMMAIRE

1. Habitudes de séjour aux sports d'hiver
2. Appréciation de l'expérience de séjour
- 3. INTERET ET IMPACT DE PROPOSITIONS ALTERNATIVES**
4. Synthèse



MOTIFS D'UN DÉPART EN VACANCES LE SAMEDI



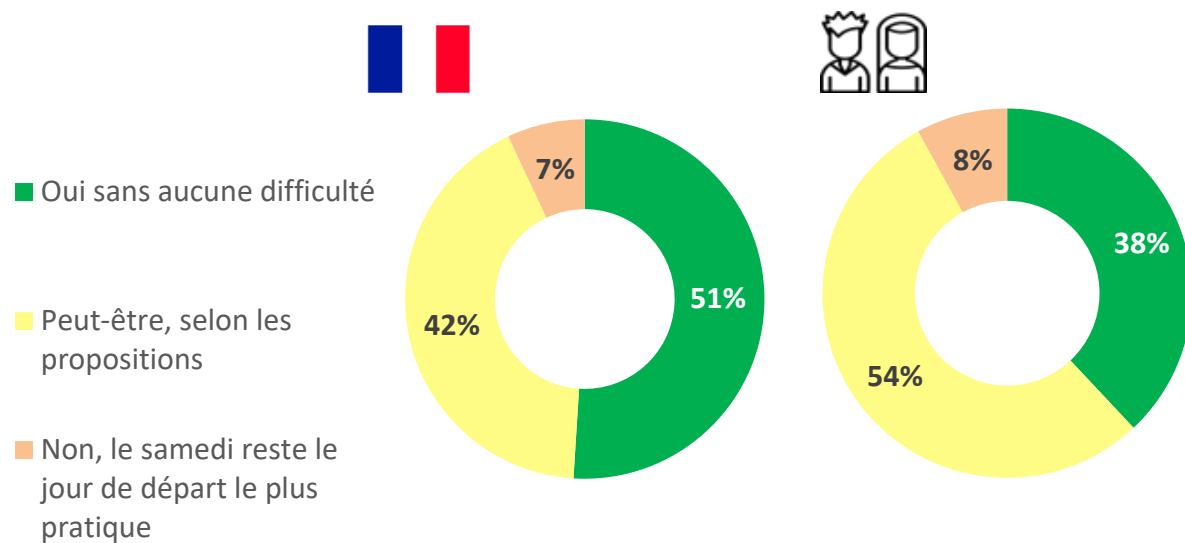
Pour l'ensemble des clients français, le choix d'un départ en vacances le samedi semble avant tout s'imposer à eux, soit parce qu'ils sont contraints par l'offre de séjour qui leur est proposée (4 répondants sur 10), soit parce qu'ils sont tributaires des dates de vacances scolaires (3 répondants sur 10).

Les Jeunes optent pour le samedi davantage par praticité (dates des congés) pour près d'1 répondant sur 2, et par habitude (1/3 des répondants).

En dehors des vacances scolaires qui constituent un frein majeur (à la fois pour 30% des clients, et pour les hébergeurs qui seront sans doute réticents à l'idée de « casser » leur semaines de location sur ces périodes), les autres motifs évoqués pour démarrer son séjour le samedi ne semblent pas incontournables, et plus particulièrement sur la cible des jeunes.

DISPOSITION À DES FORMULES ALTERNATIVES

Possibilité de modifier l'habitude de départ le samedi pour éviter l'affluence sur cette journée



Niveau d'intérêt pour des formules alternatives (hors départ le samedi)

Formule	Intéressés	Français (Français)	Jeunes (Jeunes)
Séjours semaine en décalé (hors samedi/samedi)	Intéressés	83%	94%
	<i>dont très intéressés</i>	28%	26%
Court séjour moins chers en semaine	Intéressés	81%	88%
	<i>dont très intéressés</i>	28%	29%
Week-end ou week-end prolongé	Intéressés	77%	74%
	<i>dont très intéressés</i>	25%	28%
Départ le samedi en train*	Intéressés	40%	50%
	<i>dont très intéressés</i>	11%	15%

Quel que soit le panel, la disposition des répondants à modifier leurs habitudes de départ en cas d'un renouvellement de l'offre est important : seuls 7 à 8% des répondants préfèrent conserver le samedi.

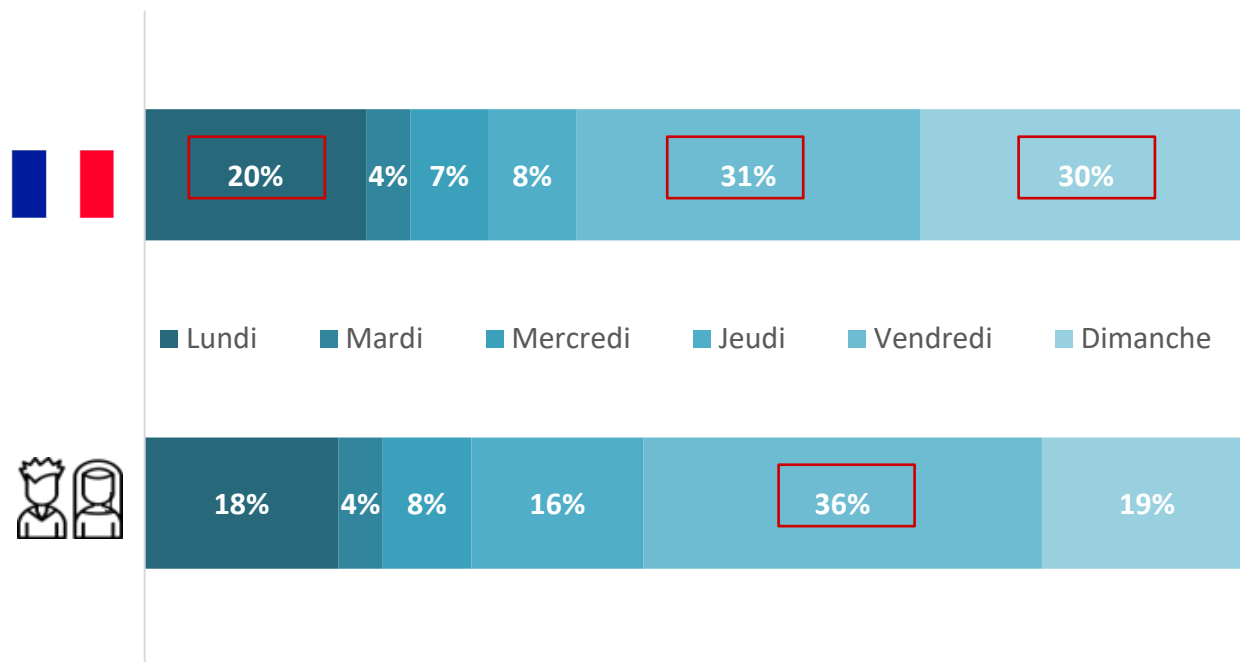
Une évolution des offres de séjour pourrait convaincre plus de la moitié des français, davantage disposés à modifier leurs habitudes par rapport aux jeunes.

Mais au final, les formules concrètes proposées pour réduire l'affluence en station le samedi s'avèrent plus convaincantes auprès des jeunes, notamment les propositions de séjours semaines décalées (arrivée/départ un autre jour que le samedi) et dans une moindre mesure les courts séjours en semaine.

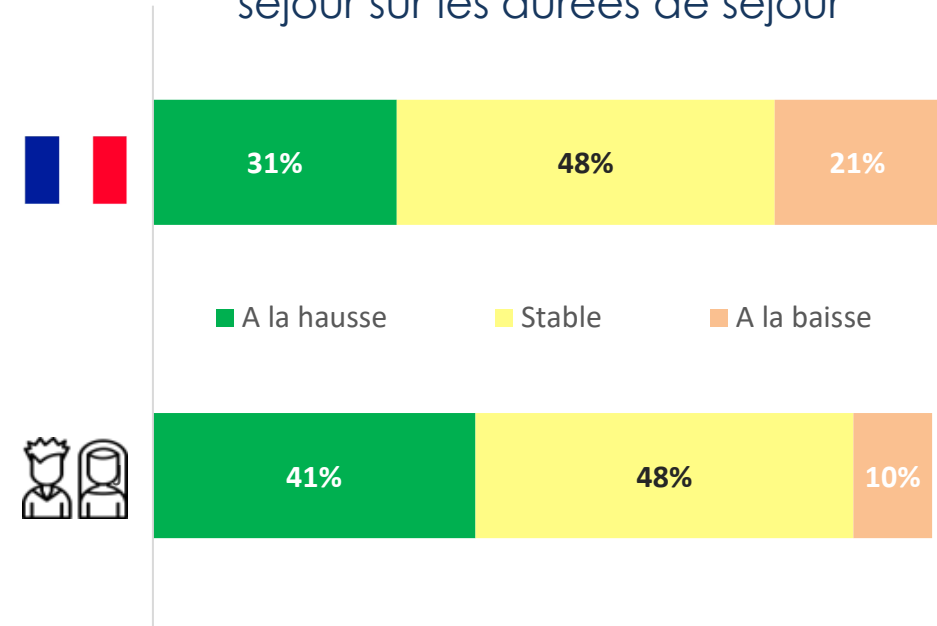
- Référence enquête précédente (intention de départs en vacances hiver 2022 – Vague 2) :
- ⇒ 47% des français habitués de la destination SMB qui ne prennent pas le train seraient prêts à privilégier ce moyen de transport pour une montagne plus responsable.

IMPACT DES SÉJOURS ALTERNATIFS SUR LES CARACTÉRISTIQUES DE SÉJOUR

Jours de départ idéal pour des « Vacances décalées »



Impact des formules week-end et court séjour sur les durées de séjour



Les jours de départ plébiscités pour des formules « semaines de vacances en décalé » sont voisins du samedi à +/- 1 jour (vendredi et dimanche choisis par 61% des Français et 55% des Jeunes).

Les Jeunes semblent enclins à commencer leur séjour plus tôt dans la semaine (+8 pts pour un départ les jeudis vs les Français).

Au global, un meilleur accès aux formules de très courts séjours et courts séjours en SMB l'hiver n'aurait pas d'impact défavorable sur les durées de séjours en SMB, bien au contraire, et notamment pour les jeunes (l'occasion de réaliser un court séjour en plus à un tarif intéressant).

SOMMAIRE

4 - A RETENIR DE CETTE ENQUETE



LES POINTS CLÉS DE CETTE ENQUÊTE

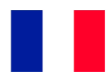
- ✓ Des comportements de séjours en SMB dictés par l'offre et le poids des habitudes :
 - **Pour les français** : une majorité de séjours à la semaine, en période de vacances scolaires, du samedi au samedi (ou dimanche).
 - **Pour les jeunes** : plus flexibles sur leurs durées de séjour, favorisant des durées plus courtes, ils privilégient néanmoins eux aussi une arrivée le vendredi ou le samedi et un départ le samedi ou le dimanche. Seul le format 3/5 nuits génère des comportements plus lissés sur la semaine.
- ✓ **La voiture constitue de très loin le mode de transport privilégié par les clients SMB (+ de 80%),** quel que soit le segment de clientèle analysé. Pour autant, **l'appréciation des conditions de voyage en voiture est critiquée par ¼ des clients** (1/3 sur le stationnement dans la station), taux qui se dégrade pour les partants le samedi. **Le train ne profite pas de cette situation car l'appréciation des utilisateurs de ce mode de transports n'est pas mieux jugée,** la logistique autour des bagages et la gestion des transferts constituant les principaux freins, notamment pour les jeunes.
- ✓ **Les autres points de contacts pouvant générer de l'affluence durant le séjour obtiennent une appréciation correcte des clients SMB,** et tout particulièrement le process d'accueil sur le lieu de séjour, sans impact d'une arrivée le samedi. **Seule l'affluence aux RM est en net retrait,** appréciation qui est nécessairement très différente en fonction des stations, mais qui peut renvoyer au global une image négative d'un séjour aux sports d'hiver.
- ✓ Dans le cadre d'une stratégie de flexibilisation des durées de séjours, **un réel point positif : plus de 90% des clients ne sont pas du tout opposés à modifier leurs habitudes.** **Les séjours semaines décalés et les courts séjours en semaine (entre le lundi et le vendredi) à des tarifs préférentiels** constituent les propositions les plus intéressantes, et tout particulièrement pour les jeunes.

SOMMAIRE

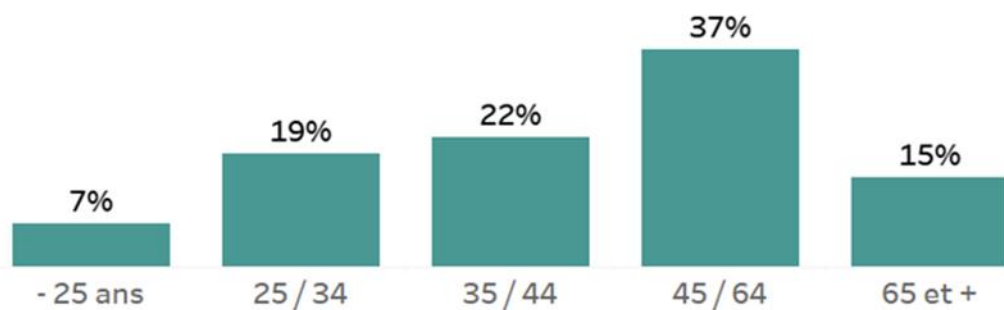
ANNEXES :
PROFILS DES REPONDANTS



PROFIL DES PANELS



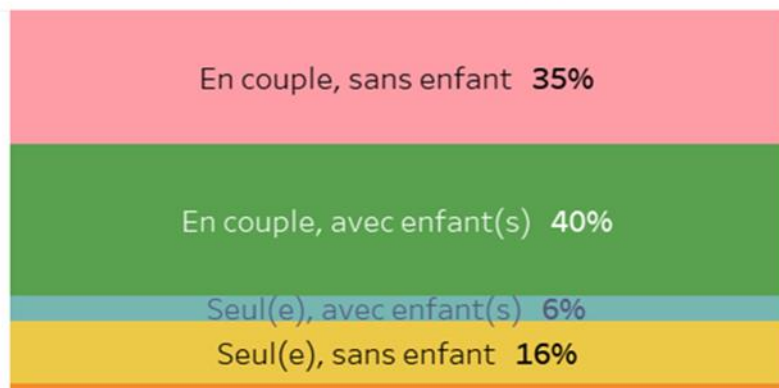
Age



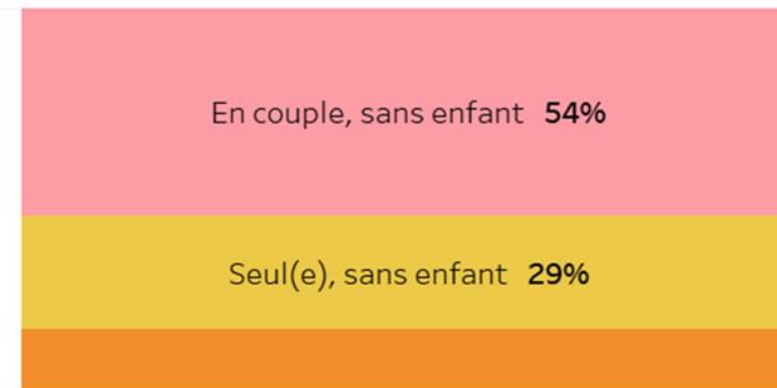
Age



Composition du foyer



Composition du foyer



PROFIL DU PANEL / FRANÇAIS HABITUÉS DES SPORTS D'HIVER



Revenus mensuels du foyer

Moins de 1500 €	7%
1500 à 3000 €	33%
3000 à 6000 €	52%
6000 et +	8%

Statut

Actif	72%
Retraité	20%
Sans emploi	5%
Etudiant	4%



Revenus mensuels du foyer

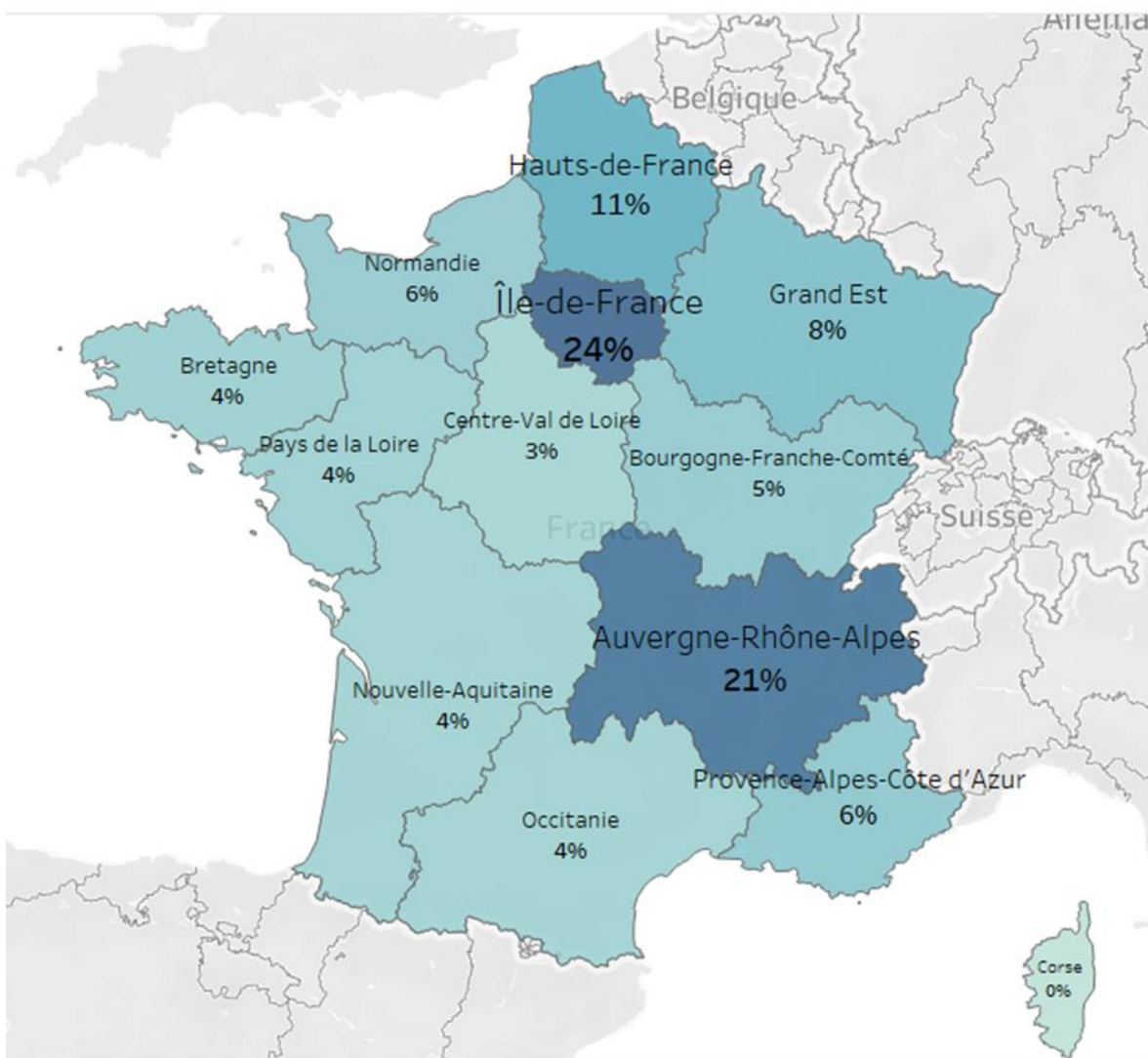
Moins de 1500 €	21%
1500 à 3000 €	36%
3000 à 6000 €	41%
6000 et +	3%

Statut

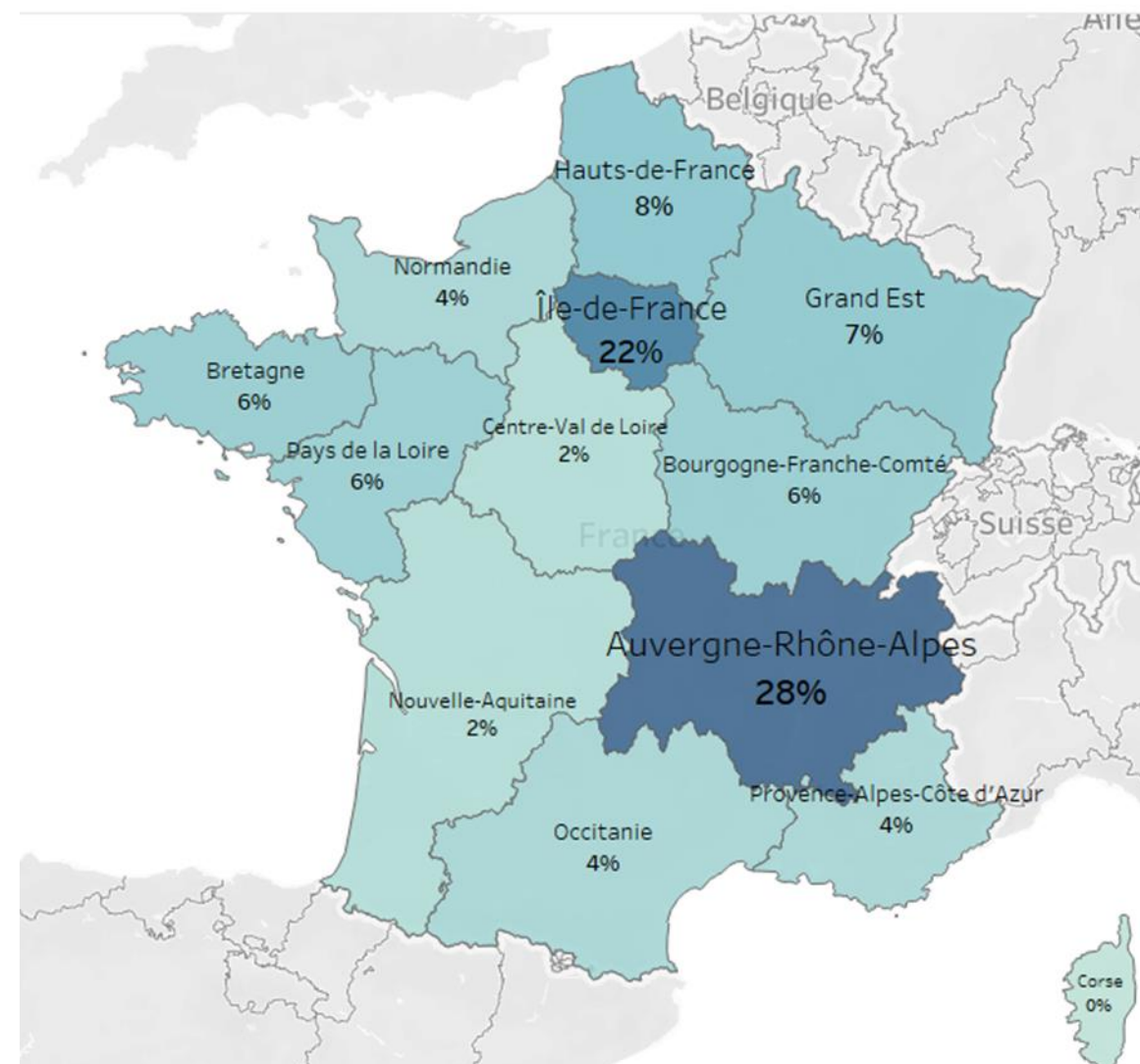
Actif	72%
Retraité	0%
Sans emploi	5%
Etudiant	23%

PROFIL DU PANEL

 Origine géographique



 Origine géographique



HABITUDES DE SÉJOURS AUX SPORTS D'HIVER EN SMB

Détail des Jours d'arrivée : **Les samedi et vendredi plébiscités ...**

	Très court séjour (2 à 3 jours)	Court séjour (4 à 6 jours)	Semaine (7 à 8 jours)	9 à 15 jours	Long séjour (> 15 jours)
Lundi	5%	16%	5%	17%	29%
Mardi	3%	6%	1%	3%	6%
Mercredi	1%	6%	1%	4%	12%
Jeudi	3%	10%	2%	13%	
Vendredi	67%	23%	9%	19%	6%
Samedi	18%	30%	71%	29%	24%
Dimanche	2%	8%	12%	16%	24%

/!\ effectif faible

	Très court séjour (2 à 3 jours)	Court séjour (4 à 6 jours)	Semaine (7 à 8 jours)
Lundi	5%	12%	5%
Mardi	1%	3%	2%
Mercredi	1%	7%	2%
Jeudi	2%	15%	13%
Vendredi	78%	30%	64%
Samedi	11%	25%	
Dimanche	2%	8%	14%

Dans le détail, les jours d'arrivées sont très marqués en fonction du type de séjour et beaucoup moins en fonction des cibles de clientèles :

- Très court séjours : clairement une clientèle de week-end avec une arrivée massive le vendredi. Quelques arrivées également le samedi, et les autres jours de la semaine sont inexistantes.
- Semaine : concentrations des arrivées le samedi + quelques arrivées à la marge le vendredi et le dimanche. Le reste est inexistant.
- Courts séjours : mieux réparties, les arrivées se concentrent tout de même majoritairement sur les vendredi et samedi.

HABITUDES DE SÉJOURS AUX SPORTS D'HIVER EN SMB

Détail des Jours de départ

	Très court séjour (2 à 3 jours)	Court séjour (4 à 6 jours)	Semaine (7 à 8 jours)	9 à 15 jours	Long séjour (> 15 jours)
Lundi	24%	11%	4%	10%	Lundi 12%
Mardi	2%	9%	1%	3%	Mercredi 6%
Mercredi	3%	13%	1%	4%	Jeudi 12%
Jeudi	2%	10%	1%	4%	Vendredi 18%
Vendredi	9%	23%	5%	14%	Samedi 24%
Samedi	4%	16%	64%	23%	Dimanche 29%
Dimanche	55%	18%	24%	41%	

/!\ effectif faible

	Très court séjour (2 à 3 jours)	Court séjour (4 à 6 jours)	Semaine (7 à 8 jours)
Lundi	13%	20%	6%
Mardi	3%	13%	1%
Mercredi	3%	10%	1%
Jeudi	2%	9%	3%
Vendredi	4%	19%	8%
Samedi	3%	12%	53%
Dimanche	72%	18%	29%

Des départs un peu plus étalés que les arrivées notamment pour les clients en courts séjours, voire même les clients en séjour semaine qui pour certains décalent leur retour au dimanche.

Malgré tout, les points de concentration restent forts avec des retours massifs :

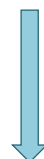
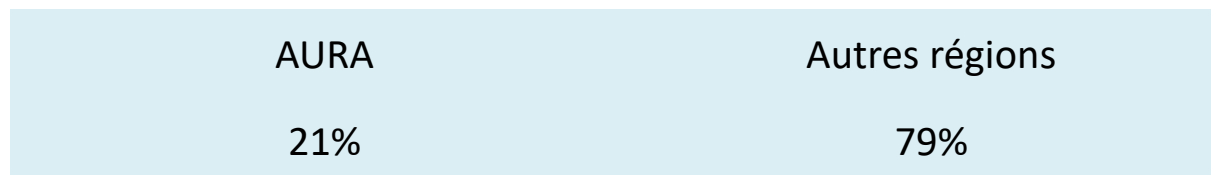
- le dimanche pour les très courts séjours (55% global / 72% jeunes)
- le samedi pour les séjours semaine (64% global / 53% jeunes)

POIDS DES SEGMENTS DE CLIENTÈLES

POIDS des segments de clientèles



Lieu de résidence

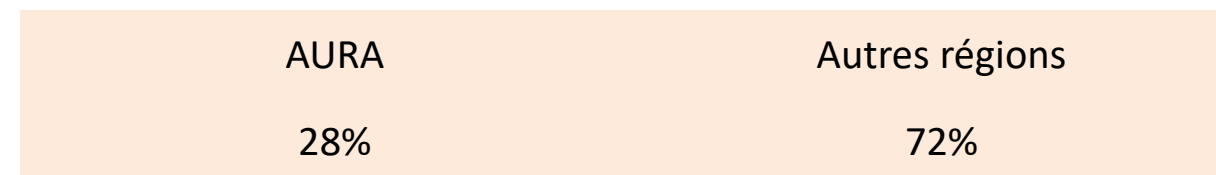


Dont

Dont



Lieu de résidence



Dont

Dont

