

L'ATTRACTIVITÉ DE LA MONTAGNE FRANÇAISE AUPRÈS DES CLIENTÈLES FRANÇAISES ET EUROPÉENNES À L'HORIZON 2030-2035

**A TOUT
FRANCE**
Agence de développement
touristique de la France



BANQUE des
TERRITOIRES



Caisse
des Dépôts

Une étude réalisée par

sociovision
MASTERING A CHANGING WORLD

Rémy OUDGHIRI LD 01 49 70 60 63

Lise Brunet LD 01 49 70 60 35

Mauriane BIZEBARD LD 01 49 70 60 23

Justine FORET LD 01 49 70 60 65



UNE ENQUÊTE QUANTITATIVE

Recueil des données en ligne effectué
en octobre / novembre 2019

7 pays investigués : France, Grande-Bretagne,
Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Italie, Espagne

Dans chaque pays, nous avons interrogé un
échantillon de 1000 individus, national représentatif
de la population âgée de 16 à 70 ans.

Un boost a été effectué sur la population des
touristes attirés par la Montagne (personnes attirées
par la destination et étant parti en vacances au
cours des 5 dernières années) de manière à
atteindre au minimum 500 individus
dans chaque pays.

METHODOLOGIE

LES ÉCHANTILLONS

	FRANCE	GRANDE-BRETAGNE	ALLEMAGNE	PAYS-BAS	BELGIQUE	ITALIE	ESPAGNE
Effectifs							
Echantillon national représentatif	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Echantillon Touristes intéressés par la montagne (incluant un boost assurant a minima 500 répondants)	574	636	515	578	589	639	543
• Intéressés par l'ETE	239	408	256	256	256	318	262
• Intéressés par l'HIVER	499	423	398	387	459	542	448



LA DÉMOGRAPHIE

						
FRANCE	GRANDE-BRETAGNE	ALLEMAGNE	PAYS-BAS	BELGIQUE	ITALIE	ESPAGNE
66 millions	64 millions	81 millions	17 millions	11 millions	60 millions	46 millions



AGG ENN D A

- 01 LA MONTAGNE FRANÇAISE :
UNE DESTINATION À REDYNAMISER
- 02 L'EXPERIENCE IDÉALE À LA MONTAGNE :
DÉCONNECTER AU CONTACT DE LA NATURE
- 03 LES HÉBERGEMENTS : PLUS DE CONFORT
DANS LES ESPACES PRIVATIFS
- 04 PREMIERS ÉLÉMENTS DE CONCLUSION
ET PROCHAINES ÉTAPES

A scenic view of a mountain village by a lake. In the foreground, a white boat with a red flag is on the water. The village features traditional wooden houses and a church with a tall spire. The background shows lush green mountains under a blue sky with some clouds. The text '01 LA MONTAGNE FRANÇAISE : UNE DESTINATION À REDYNAMISER' is overlaid on the image.

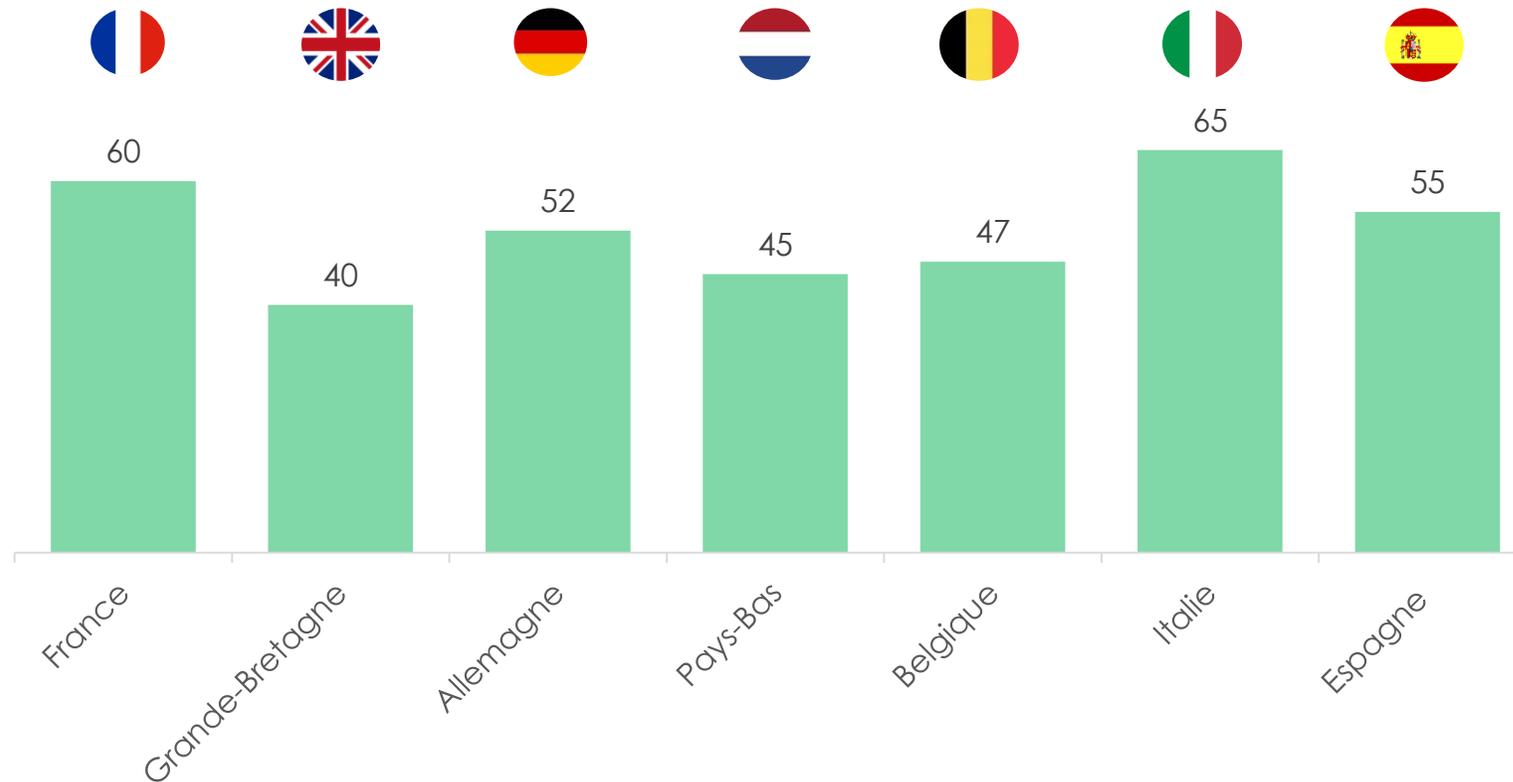
01

LA MONTAGNE FRANÇAISE :
UNE DESTINATION À REDYNAMISER

Français, Italiens et Espagnols sont les plus attirés par la montagne (été / hiver confondus)

Parmi les destinations suivantes, quelles sont celles qui vous attirent
pour vos loisirs, en vacances ou en week-end l'HIVER / l'ÉTÉ ?

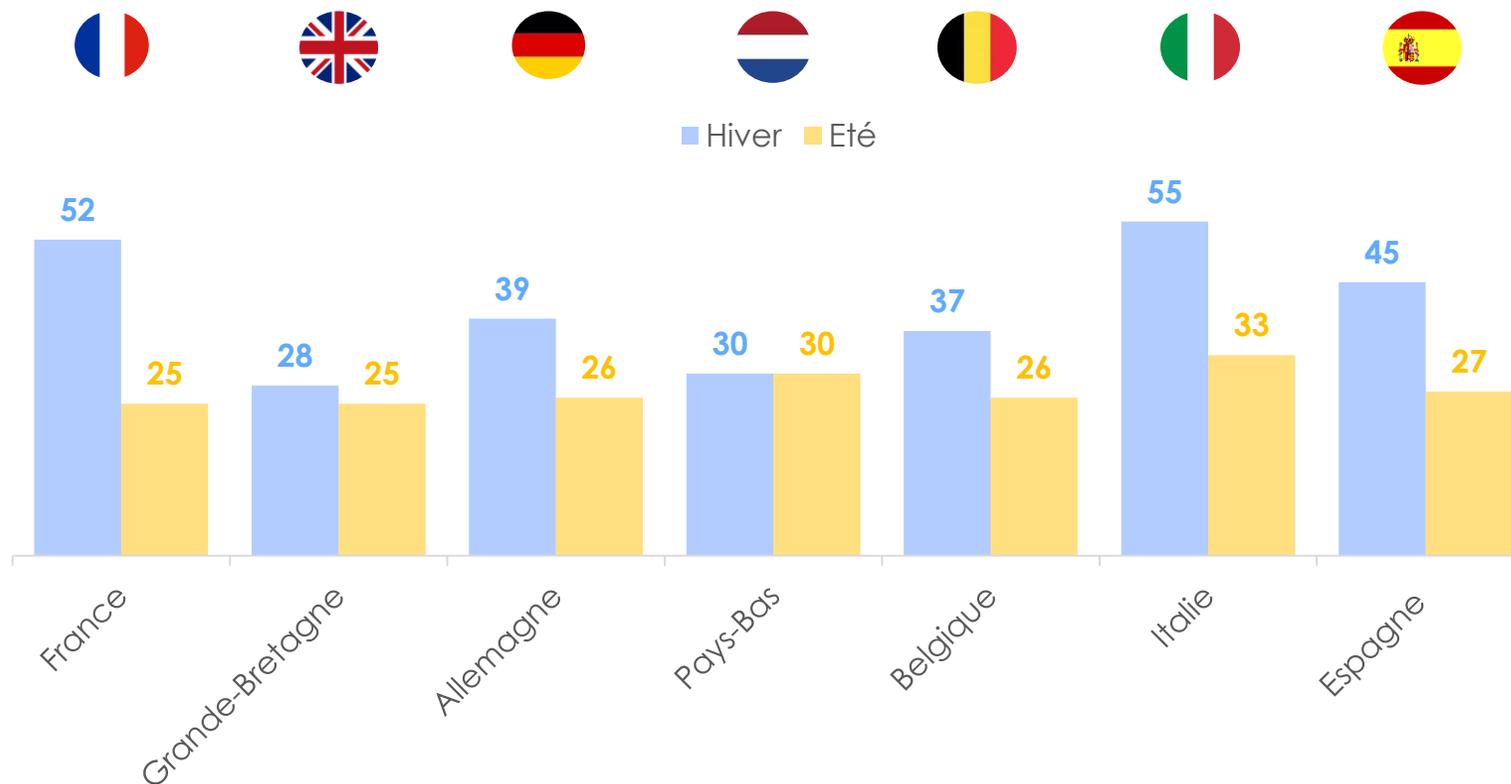
LA MONTAGNE (% Total est attiré en été ou en hiver)



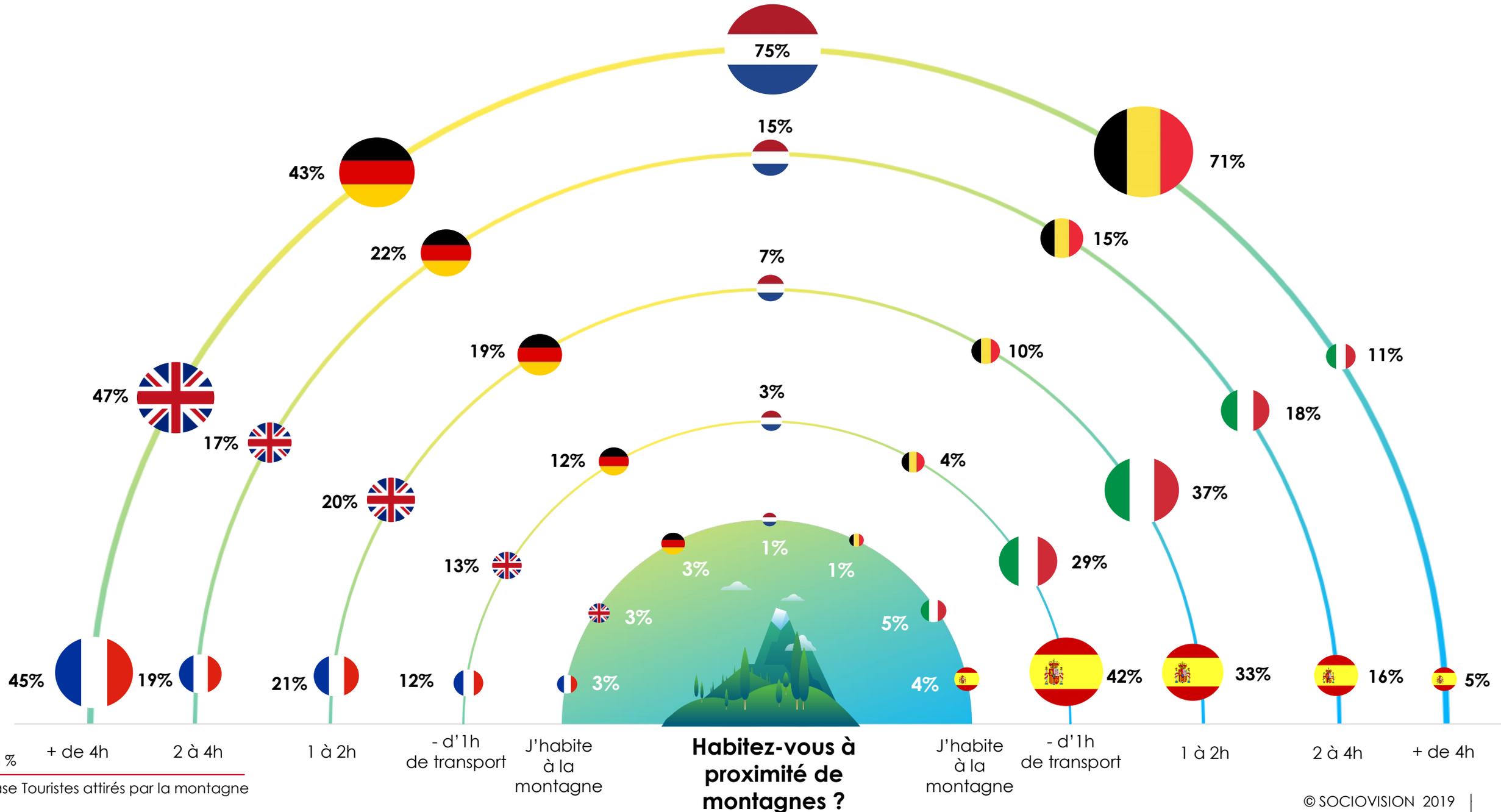
France, Italie, Espagne : pays où la culture de la montagne l'hiver domine largement

Parmi les destinations suivantes, quelles sont celles qui vous attirent pour vos loisirs, en vacances ou en week-end l'HIVER / l'ÉTÉ ?

LA MONTAGNE (% Total est attiré)



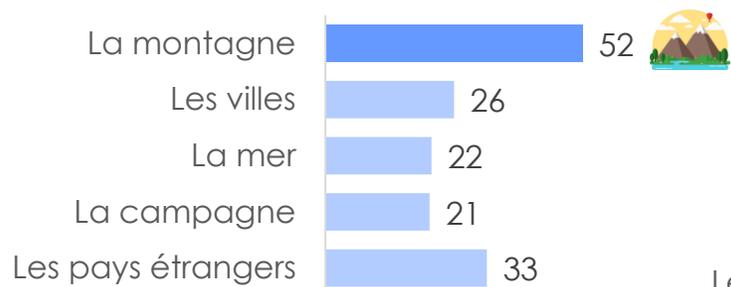
Français, Italiens et Espagnols vivent plus proches des montagnes



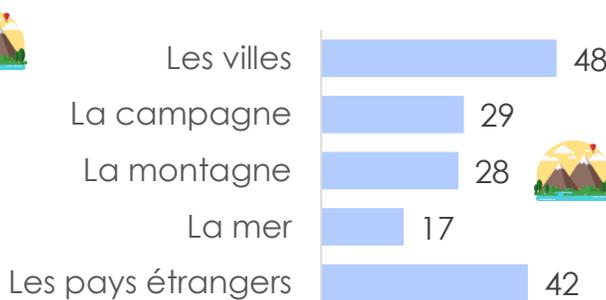
Les vacances à la montagne sont associées à l'hiver partout, et en France c'est une évidence

Parmi les destinations suivantes, quelles sont celles qui vous attirent pour vos loisirs, en vacances ou en week-end l'HIVER ?

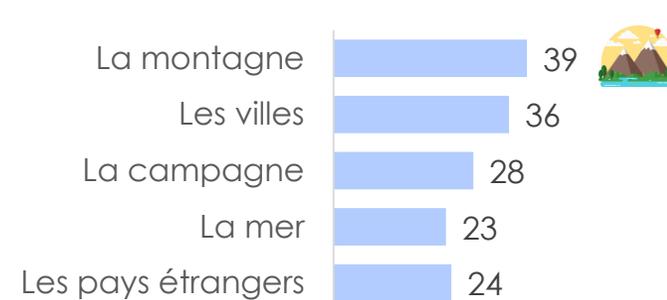
FRANCE



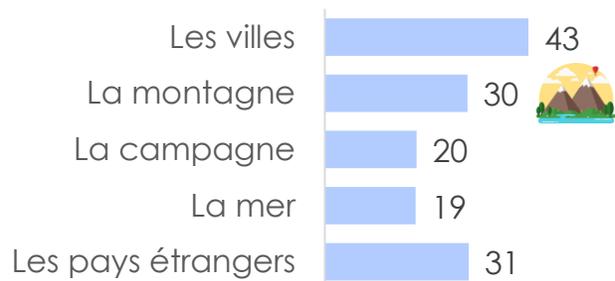
GB



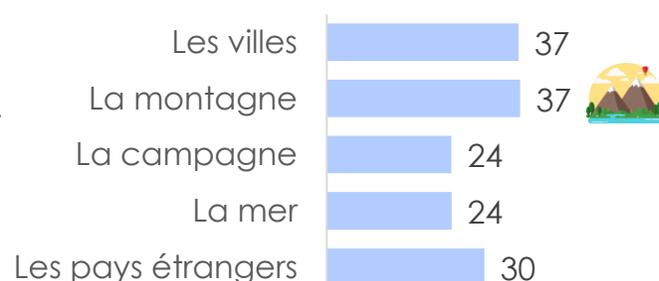
ALLEMAGNE



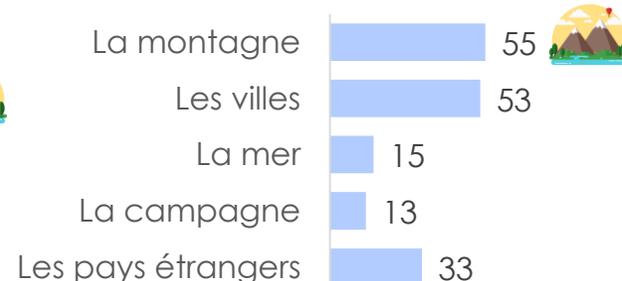
PAYS - BAS



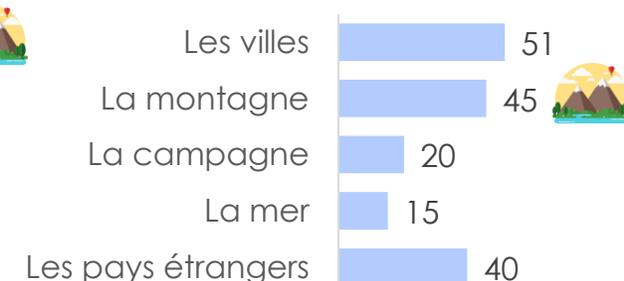
BELGIQUE



ITALIE



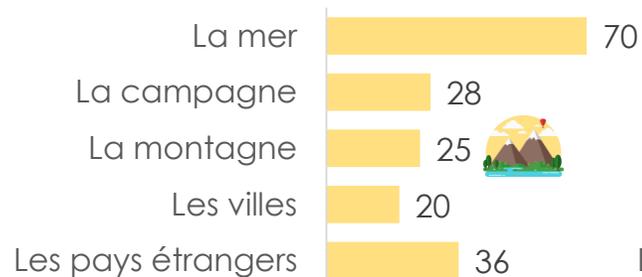
ESPAGNE



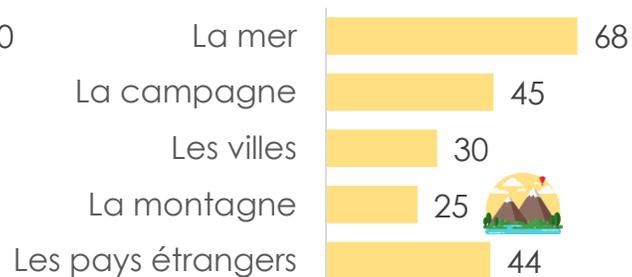
En été, le lien à la montagne est moins fort. Les destinations concurrentes sont plus importantes.

Parmi les destinations suivantes, quelles sont celles qui vous attirent pour vos loisirs, en vacances ou en week-end l'ÉTÉ ?

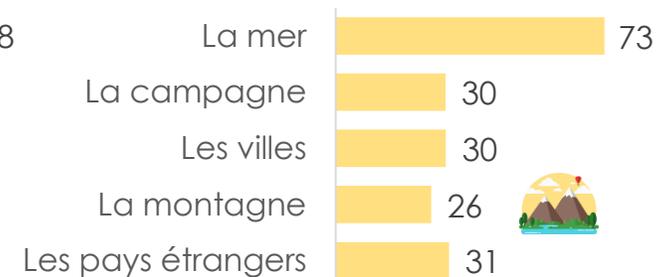
FRANCE



GB



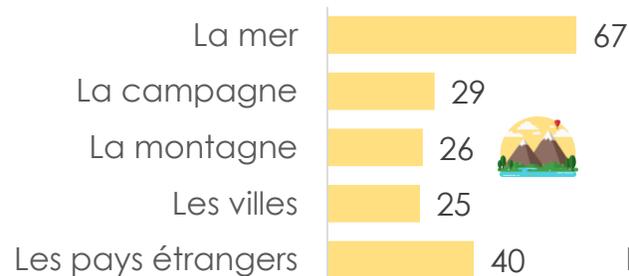
ALLEMAGNE



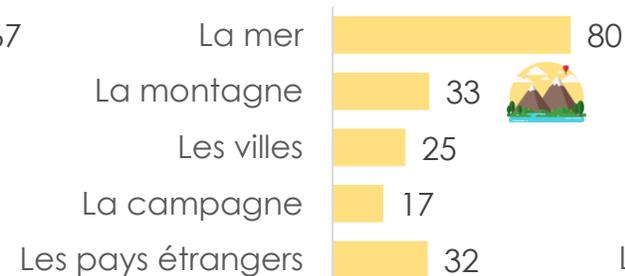
PAYS-BAS



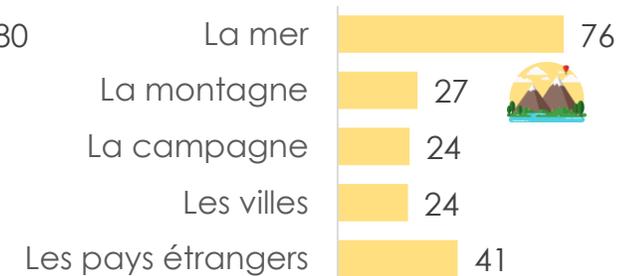
BELGIQUE



ITALIE



ESPAGNE

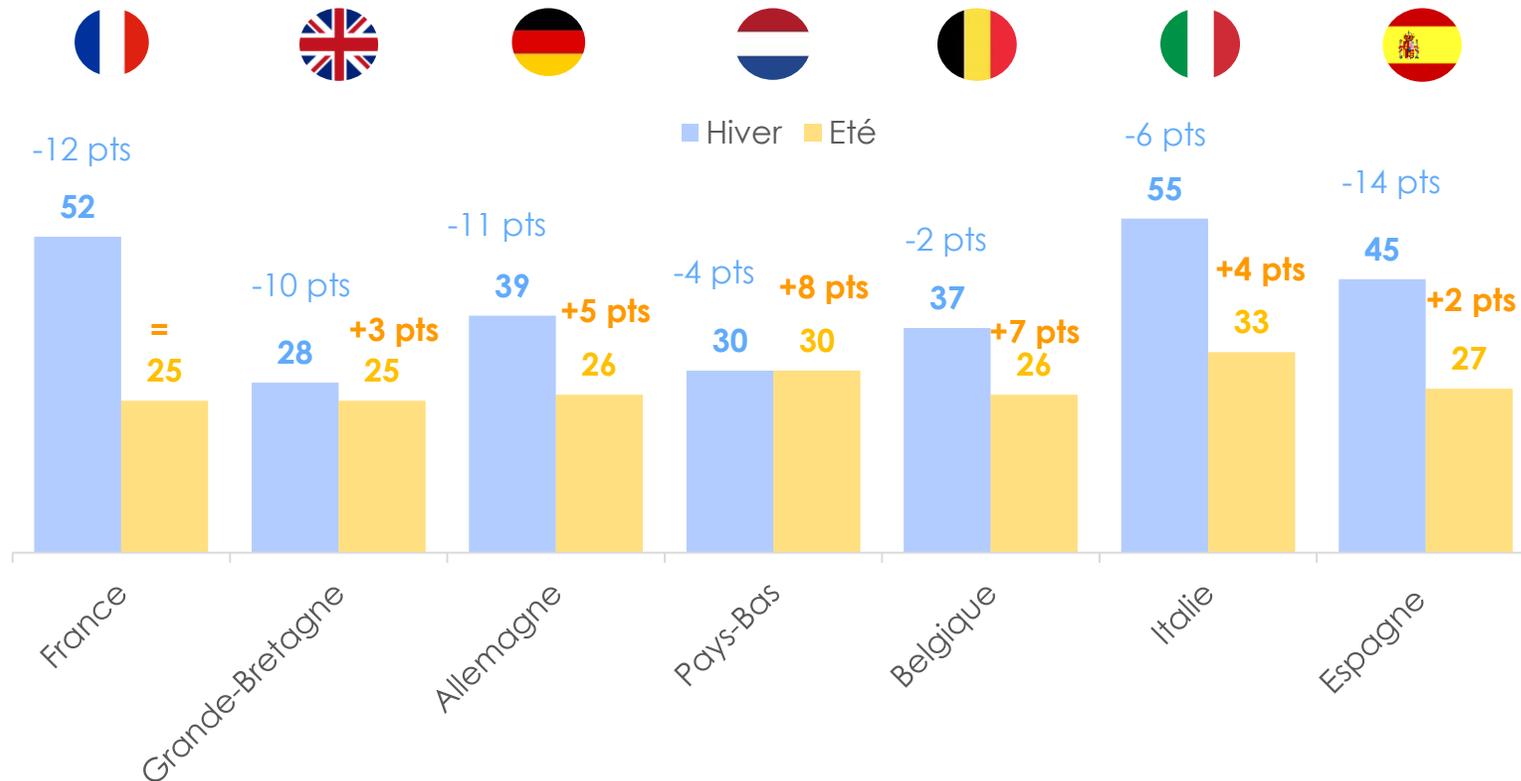


Toutefois, sur le long terme, la montagne perd de l'attractivité en hiver mais en gagne en été

Parmi les destinations suivantes, quelles sont celles qui vous attirent pour vos loisirs, en vacances ou en week-end l'HIVER / l'ÉTÉ ?

LA MONTAGNE (% Total est attiré)

Evolutions vs. 2008 pour la France / vs. 2009 pour les autres pays



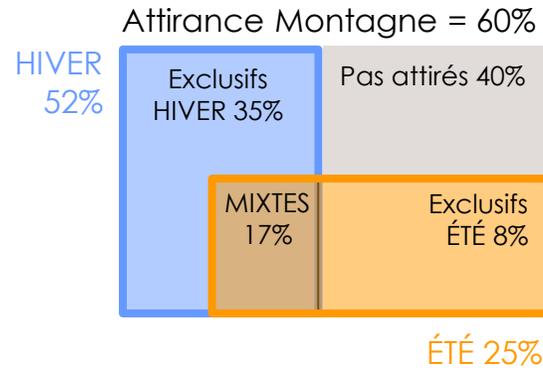
En %

Base Total – National représentatif

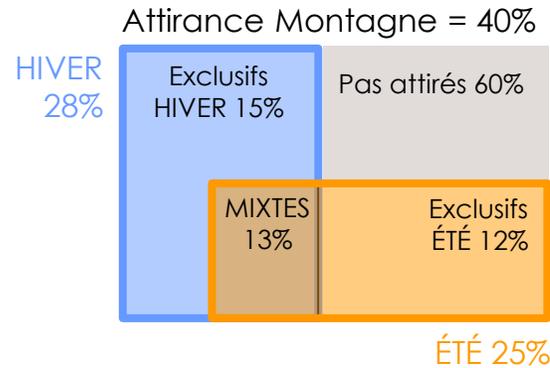
Evolutions 2019 vs. « Total attirés par la destination l'hiver » 2008 pour la France / 2009 pour les autres pays européens
 Evolutions 2019 vs. « Très attirés par la destination l'été » 2008 pour la France / 2009 pour les autres pays européens

Seulement une minorité se dit attirée par la montagne à la fois l'été et l'hiver

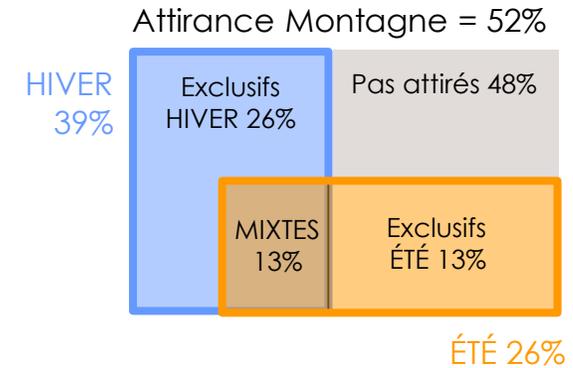
FRANCE



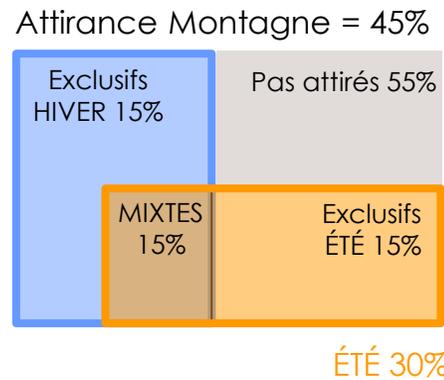
GB



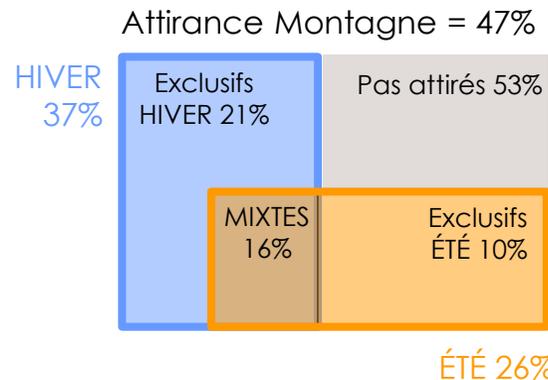
ALLEMAGNE



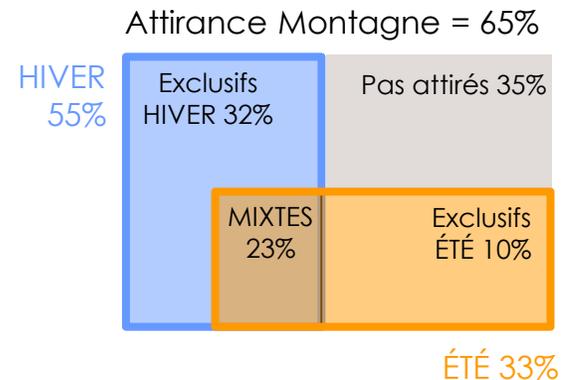
PAYS-BAS



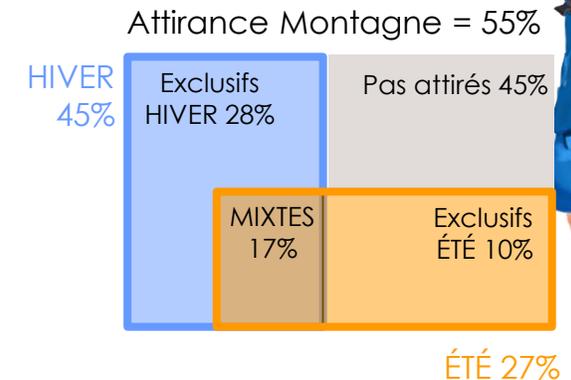
BELGIQUE



ITALIE

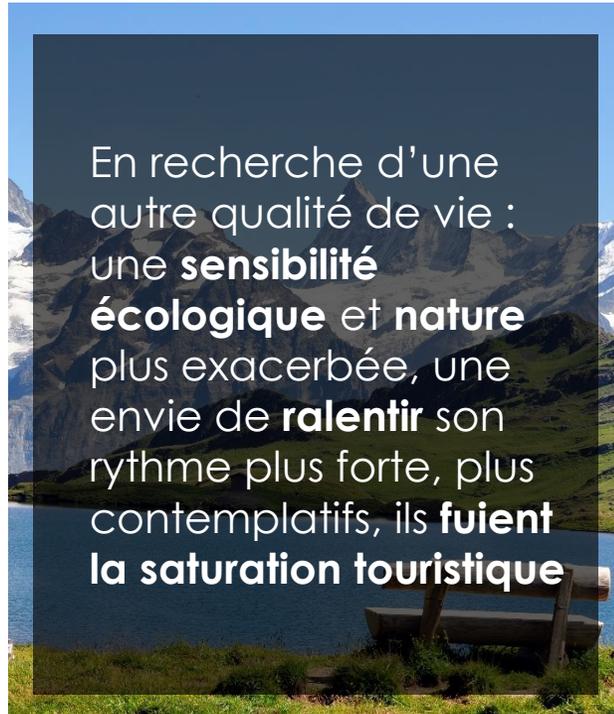


ESPAGNE



Des attentes différentes selon la préférence saisonnière

LES MIXTES HIVER / ÉTÉ



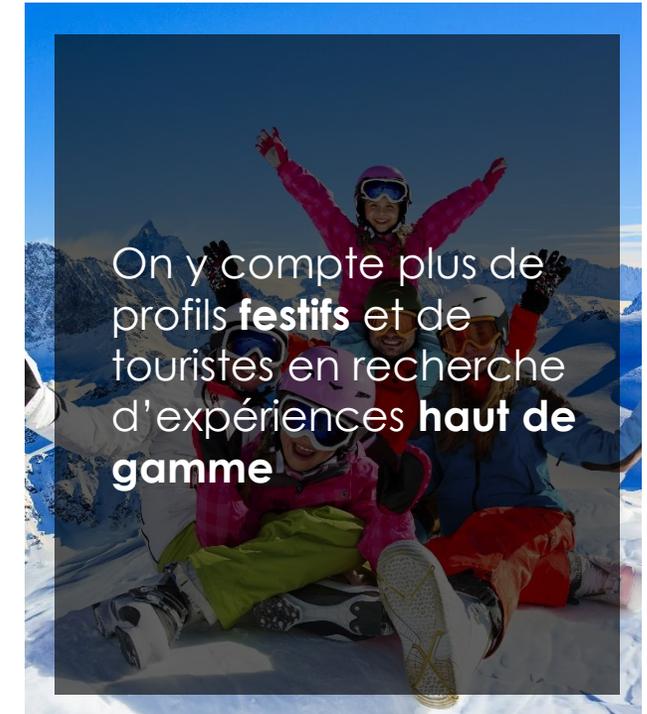
Pendant leurs vacances, ils cherchent à se déconnecter, à se détendre, à faire une pause au contact de la nature, à découvrir des lieux authentiques.

LES EXCLUSIFS ÉTÉ



Pendant leurs vacances, ils cherchent à se déconnecter, à se détendre, à faire une pause au contact de la nature.

LES EXCLUSIFS HIVER



Pendant leurs vacances, ils cherchent plus à s'amuser, et à faire plaisir à leurs enfants et petits enfants.



En France, l'exposition jeune à la montagne est décisive pour créer l'attraction

A quelle période de votre vie avez-vous découvert les vacances à la montagne ?

En France, 98% des touristes attirés par la montagne ont déjà fait l'expérience de vacances à la montagne. Une écrasante majorité a vécu sa première expérience de la montagne lorsqu'il était enfant / adolescent.



10 %

J'ai **grandi** à la montagne



70 %

J'y suis allé pour la première fois quand j'étais **enfant, adolescent**



18 %

J'y suis allé pour la première fois quand j'étais **adulte**

2 %

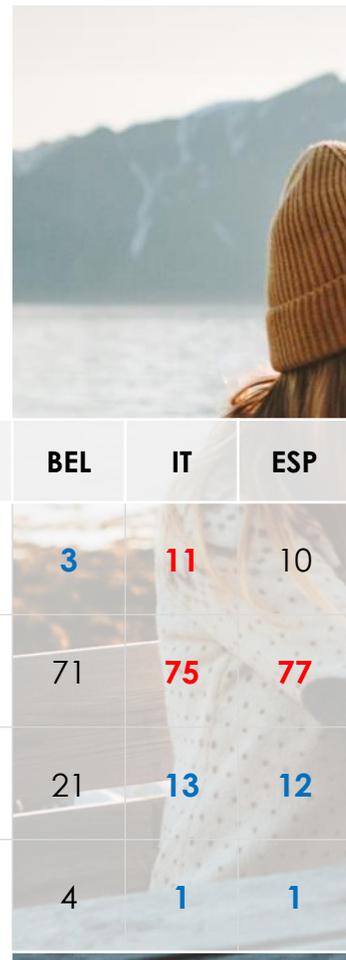
Je n'ai **jamais** été en vacances à la montagne



Dans les autres pays, l'attraction est aussi liée à l'expérience de la montagne jeune

A quelle période de votre vie avez-vous découvert les vacances à la montagne ?

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
J'ai grandi à la montagne	8	10	8	7	5	3	11	10
J'y suis allé pour la première fois quand j'étais enfant, adolescent	68	70	54	69	59	71	75	77
J'y suis allé pour la première fois quand j'étais adulte	20	18	25	19	32	21	13	12
Je n'ai jamais été en vacances à la montagne	4	2	12	5	5	4	1	1



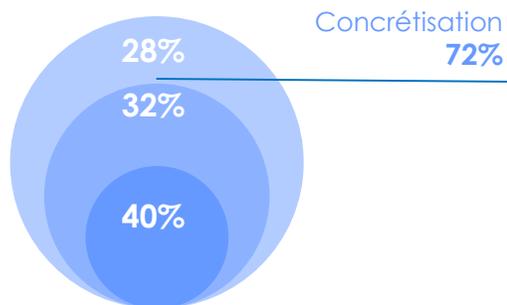


En hiver, Italiens, Espagnols et Français sont plus susceptibles de passer à l'acte

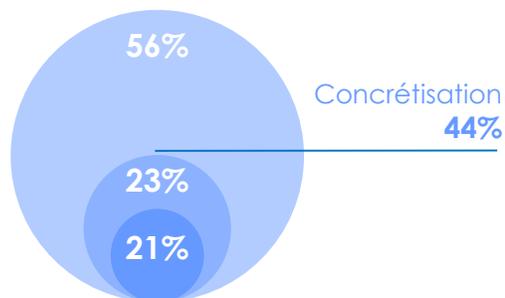
Les touristes attirés par la montagne l'HIVER y sont-ils allés au cours des 5 dernières années ?



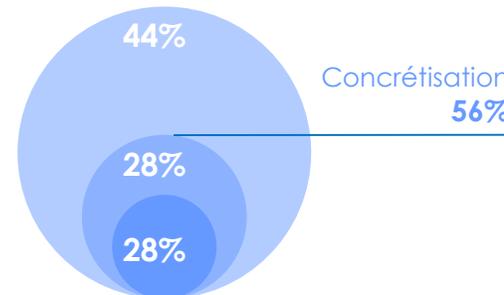
FRANCE



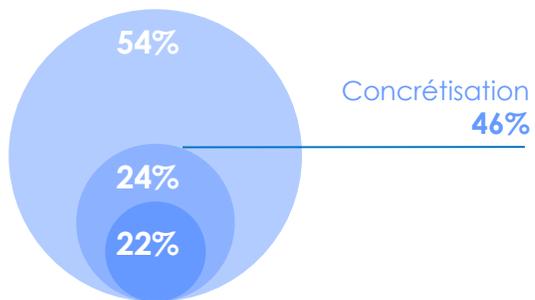
GB



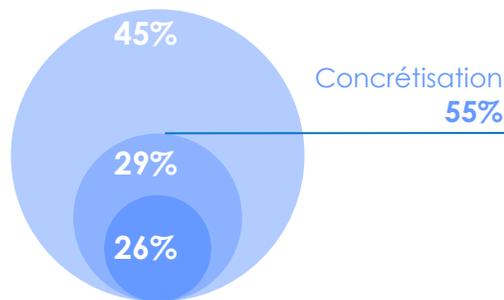
ALLEMAGNE



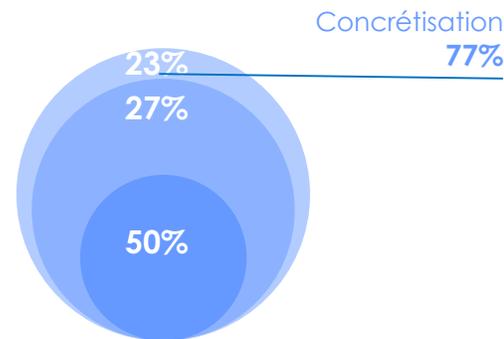
PAYS-BAS



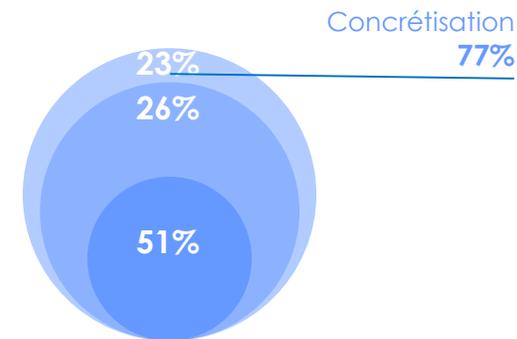
BELGIQUE



ITALIE



ESPAGNE





Qui est plus à même de transformer son attirance en fréquentation l'hiver ?

- Les **hommes** vont davantage en vacances à la montagne en hiver que les femmes, en particulier les Allemands et les Belges
- Les plus de 60 ans vont moins en vacances l'hiver. Ceux qui y vont le plus sont les **35-44 ans** : surtout les Français, les Belges et les Espagnols.
- Les **CSP +** ont plus de probabilité de partir en vacances à la montagne en hiver que les CSP -, et en particulier les Français, les Britanniques et les Italiens. A noter : la CSP joue peu chez les Espagnols.
- Plus les individus **découvrent tôt et habitent près de la montagne** (de moins d'1h à 2h), **plus ils y séjournent en hiver**, surtout les Italiens et les Espagnols.



Les leviers

la neige, le cadre montagnard, la pratique du ski (des sports de glisse), les activités à sensations fortes



Les freins (pour ceux qui n'y vont pas)

- le prix
- le climat (froid et humidité)
- le manque de présence à l'esprit
- la condition physique insuffisante pour les activités à faire sur place

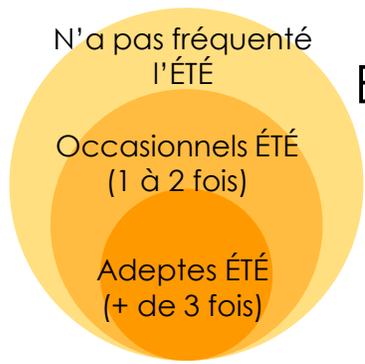
En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

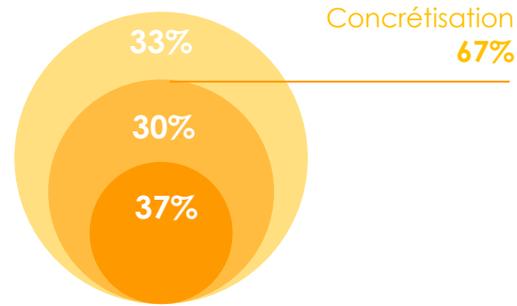


En été, le taux de concrétisation est plus élevé dans la plupart des pays

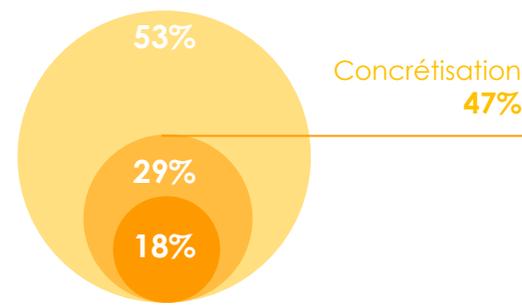
Les touristes attirés par la montagne l'ÉTÉ y sont-ils allés au cours des 5 dernières années ?



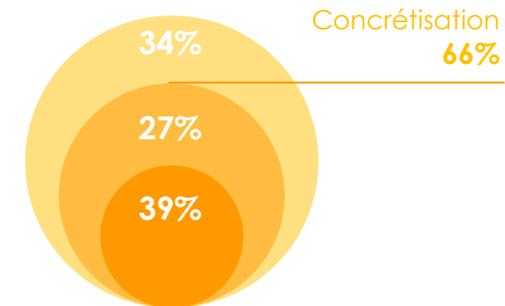
FRANCE



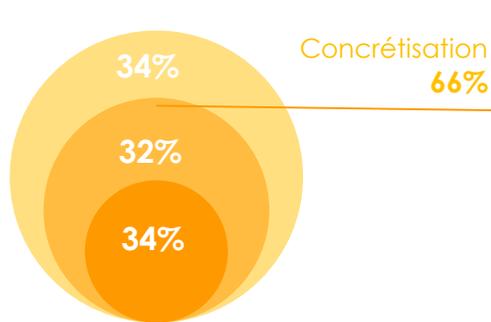
GB



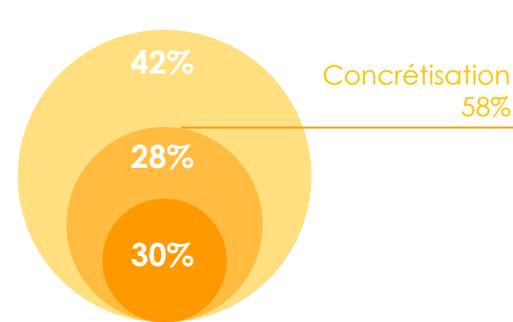
ALLEMAGNE



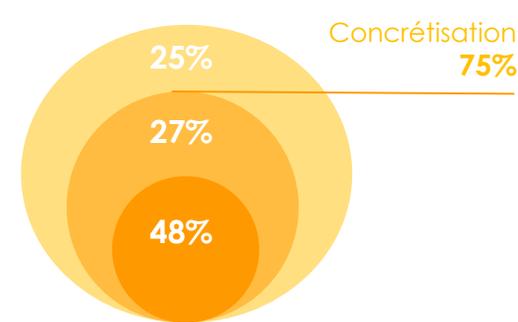
PAYS-BAS



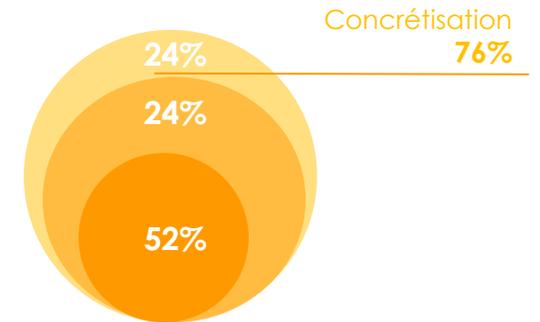
BELGIQUE



ITALIE



ESPAGNE





Qui est plus à même de transformer son attirance en fréquentation l'été ?

→ **Plus on habite près des montagnes, plus on la fréquente en été.**

→ **L'enfance / l'adolescence** est une période de vie qui imprègne particulièrement les individus et influe sur leur fréquentation de la montagne en hiver et en été. Toutefois, le fait de découvrir jeune la montagne **a moins d'impact sur le taux de fréquentation des individus en été qu'en hiver.**

→ **Les plus de 60 ans préfèrent la montagne l'été**, surtout les Français et les Allemands. Néanmoins, il n'y a pas d'autres critères d'âge à noter.

→ **La CSP n'est pas vraiment déterminante** en terme de fréquentation de la montagne l'été. Ceci est particulièrement valable pour les Espagnols qui ne présentent pas de différence de fréquentation de la montagne l'été ou l'hiver selon leur CSP.



Les leviers

la randonnée et le cadre montagnard



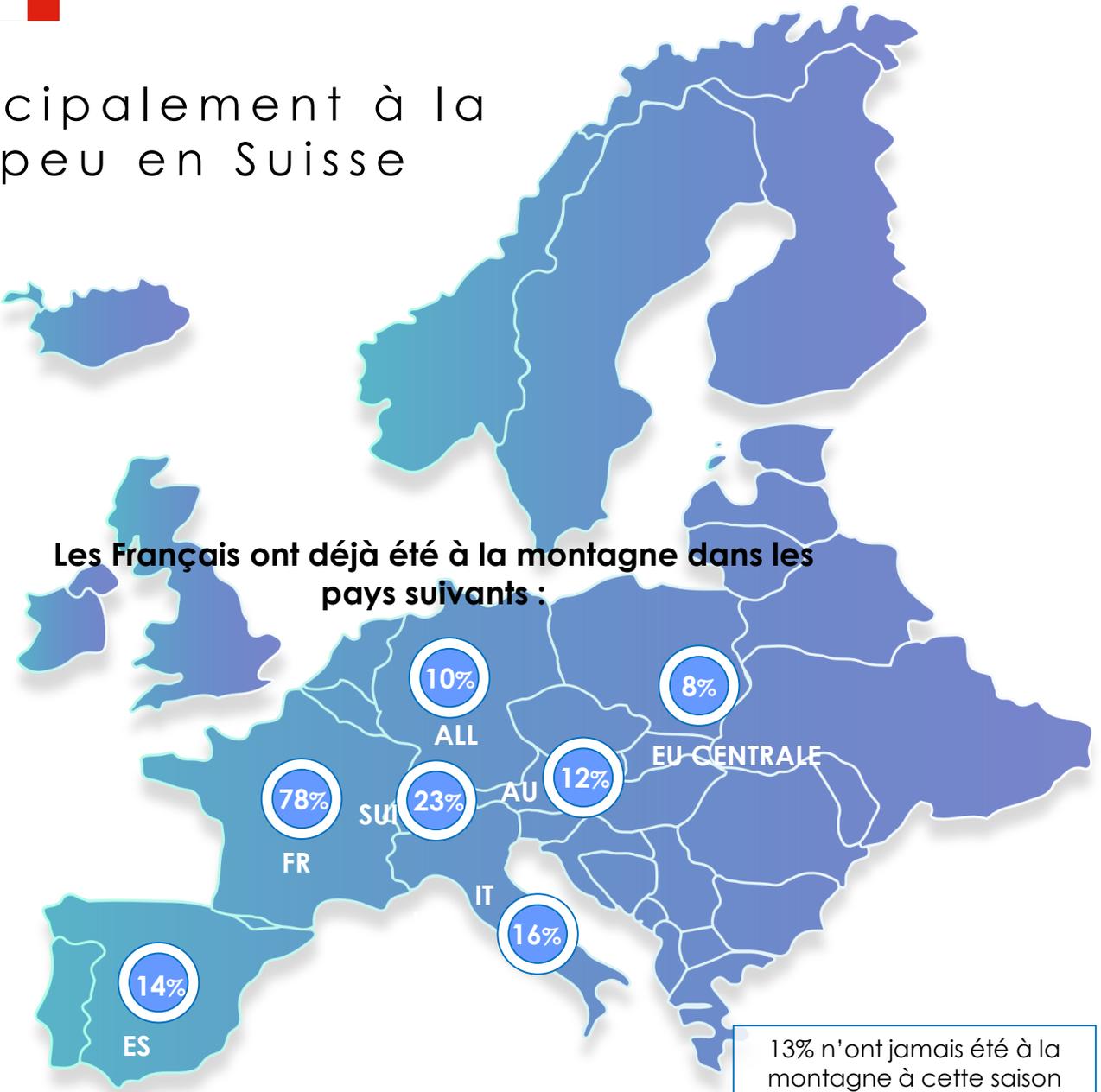
Les freins (pour ceux qui n'y vont pas)

- le manque de présence à l'esprit
- ne pas savoir avec qui partir
- la condition physique insuffisante pour les activités à faire sur place
- le prix



En hiver, les Français vont principalement à la montagne en France, et un peu en Suisse

Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles que vous avez déjà fréquentées pour vos loisirs, en vacances ou en week-end ?





La France n'est pas la 1ère destination montagne visitée par les touristes européens en hiver

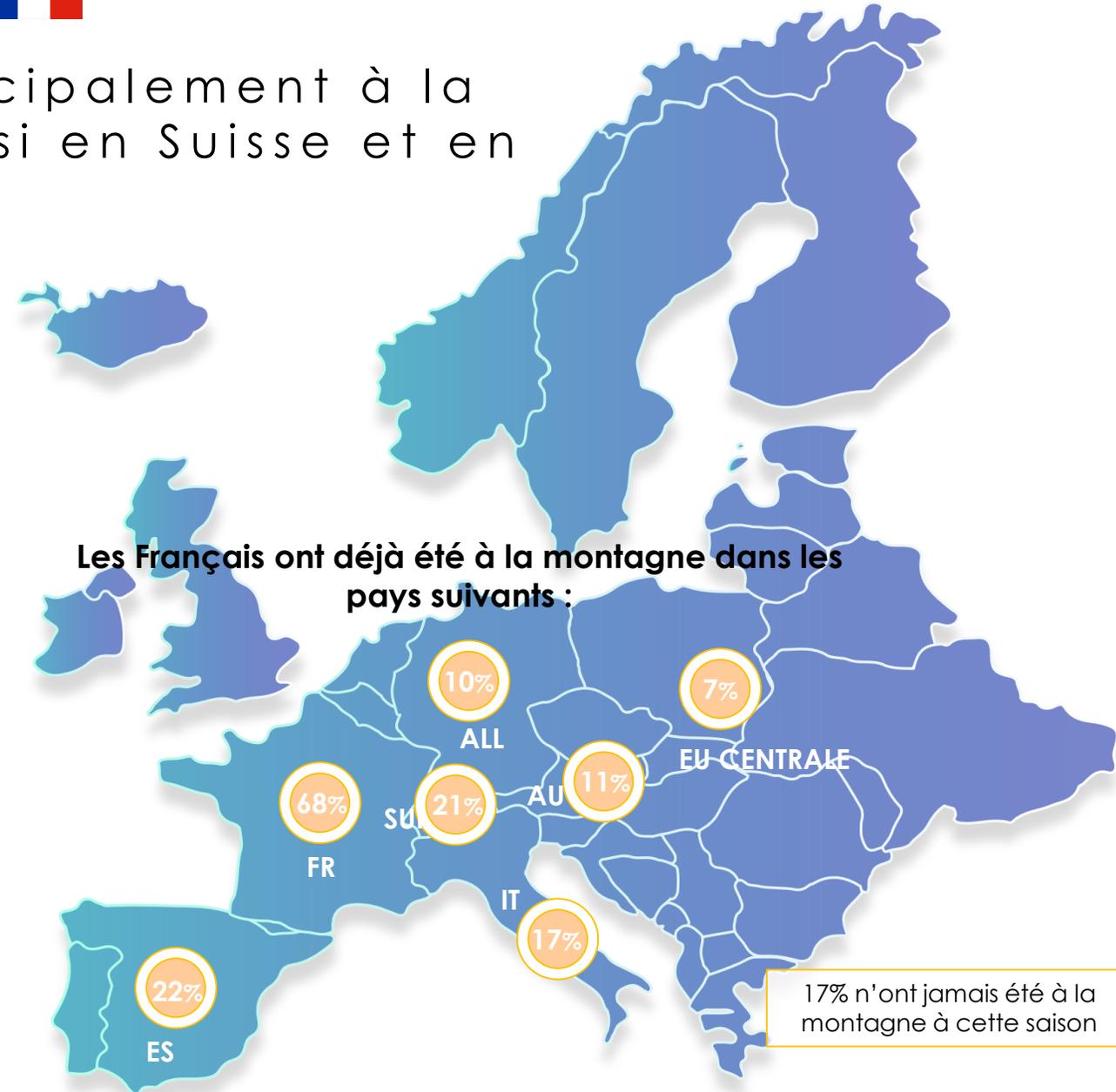
Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles que vous avez déjà fréquentées pour vos loisirs, en vacances ou en week-end ?

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Les montagnes françaises	31	78	23	12	18	38	18	26
Les montagnes italiennes	26	16	18	18	14	19	81	14
Les montagnes autrichiennes	25	12	19	44	37	27	25	10
Les montagnes suisses	23	23	20	26	19	30	27	15
Les montagnes allemandes	21	10	11	54	29	21	12	9
Les montagnes espagnoles	20	14	12	8	7	8	7	80
Des montagnes dans d'autres pays	12	10	23	9	14	10	8	12
Les montagnes d'Europe Centrale / d'Europe de l'Est (...)	9	8	11	8	8	8	10	8
Je n'ai jamais été à la montagne à cette saison	21	13	36	24	35	26	8	9



En été, les Français vont principalement à la montagne en France, mais aussi en Suisse et en Espagne

Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles que vous avez déjà fréquentées pour vos loisirs, en vacances ou en week-end ?





La France n'est pas la 1ère destination montagne visitée par les touristes européens en été

Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles que vous avez déjà fréquentées pour vos loisirs, en vacances ou en week-end ?

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Les montagnes françaises	34	68	23	17	41	44	19	29
Les montagnes italiennes	32	17	20	31	36	29	72	19
Les montagnes espagnoles	29	22	23	15	30	28	11	73
Les montagnes allemandes	26	10	14	60	48	26	09	12
Les montagnes autrichiennes	25	11	17	48	46	28	19	9
Les montagnes suisses	24	21	20	26	33	29	23	16
Des montagnes dans d'autres pays	19	12	32	16	27	18	11	18
Les montagnes d'Europe Centrale / d'Europe de l'Est (...)	11	7	11	13	17	13	08	10
Je n'ai jamais été à la montagne à cette saison	17	17	26	15	12	19	13	14

EN BREF

L'ATTRACTIVITÉ DE LA MONTAGNE

- La **culture de la montagne** est particulièrement forte en France mais aussi dans d'autres pays comme l'Espagne et l'Italie.
- La **destination « Montagne Française »** l'hiver est une évidence pour les Français mais pas pour les autres Européens intéressés par la montagne.
- Si la montagne intéresse plus l'hiver que l'été, le **taux de concrétisation** est sensiblement plus élevé en été.
- La **proximité géographique et linguistique** ainsi que **l'expérimentation jeune** sont des facteurs décisifs pour créer de la préférence pour la montagne.



LEVIERS ET FREINS

L'ATTRACTIVITÉ DE LA MONTAGNE

L'HIVER ❄️





Prix élevés, surtourisme et difficulté d'accès sont les 3 points noirs de la montagne l'hiver

Quelles sont toutes les raisons qui vous font hésiter à venir ou à venir plus souvent en vacances/week-end à la montagne ?



40%

LE PRIX

C'est cher, je n'ai pas les moyens



28%

LE SURPLUS DE TOURISTES

Il y a trop de monde



19%

LA DIFFICULTÉ D'ACCES

C'est difficile d'accès (embouteillages, ...)

Autres freins inférieurs à 11%

Il a trop de démarches à faire (location de matériel, achat des forfaits, etc.) ou de temps d'attentes (remontées mécaniques...)	11%	Je ne sais pas avec qui partir, mon entourage n'aime pas trop la montagne	6%
Ce n'est pas la première destination vacances/week-end qui me vient à l'esprit	10%	Les activités proposées sont trop risquées	6%
Quand il ne fait pas beau, on ne sait pas quoi faire	10%	Les hébergements ne me conviennent pas	5%
Les périodes de réservations ne sont pas assez flexibles (ex : location du samedi au samedi)	10%	La L'ambiance ne m'attire pas	5%
Avec le réchauffement climatique, c'est plus incertain (moins de neige, risque d'avalanches, etc.)	10%	Ce n'est pas assez vivant (pas assez d'animations, de commerces, de lieux de sorties, ...)	4%
La montagne, c'est devenu trop artificiel, ça a perdu de son authenticité	9%	Ce n'est pas une destination écologique, respectueuse de l'environnement	4%
C'est trop humide, trop froid	8%	Ce n'est pas une destination adaptée aux adolescents	3%
Les activités proposées sont trop centrées sur les activités sportives	8%	C'est ringard, ce n'est pas fun	3%
Je n'ai pas la condition physique	8%	Ce n'est pas une destination adaptée aux enfants	2%

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER



Freins en fonction des profils

Quelles sont toutes les raisons qui vous font hésiter à venir ou à venir plus souvent en vacances/week-end à la montagne ?



Individus attirés et qui fréquentent la montagne en hiver
(quel que soit leur degré de fréquentation)

Top 3 des freins :

Le prix (**30%** vs. 40%)
Le surtourisme (27% vs. 28%)
La difficulté d'accès (19% vs. 19%)

Individus attirés mais qui ne fréquentent pas la montagne en hiver

Le prix (**51%** vs. 40%)
La difficulté d'accès (**22%** vs. 19%)
Le climat (froid et humidité) (**14%** vs. 8%)
La superficialité de la montagne (**13%** vs. 9%)

Individus qui ne sont pas attirés par la montagne en hiver

Le manque de présence à l'esprit (**22%** vs. 15%)
Le climat (froid et humidité) (**19%** vs. 13%)
Une condition physique insuffisante (**14%** vs. 11%)
L'ambiance (**12%** vs. 9%)

Freins surreprésentés

vs. Total Français attirés par la montagne en hiver (Excepté pour les individus non attirés par la montagne l'hiver)



Freins en fonction des profils

Quelles sont toutes les raisons qui vous font hésiter à venir ou à venir plus souvent en vacances/week-end à la montagne ?

Non pratiquants de ski intéressés pour découvrir la discipline

- Le prix **40%** vs. 32%

Les réfractaires au ski

- Le climat **18%** vs. 13%
- Les activités proposées sont trop centrées sur les activités sportives **16%** vs. 10%

Les déçus

- Le manque de présence à l'esprit **20%** vs. 11%
- Les activités proposées sont trop centrées sur les activités sportives **16%** vs. 10%
- Ce n'est pas une destination écologique, respectueuse de l'environnement **7%** vs. 4%
- Ce n'est pas assez vivant (pas assez d'animations, de commerces, de lieux de sorties, ...) **7%** vs. 4%
- C'est ringard, ce n'est pas fun **7%** vs. 3%
- Ce n'est pas une destination adaptée aux adolescents **6%** vs. 2%



Les abandonnistes qui aiment skier

- Le prix **37%** vs. 32%
- Il a trop de démarches à faire (location de matériel, achat des forfaits, etc.) ou de temps d'attentes (remontées mécaniques...) **15%** vs. 12%
- Je n'ai pas la condition physique **13%** vs. 9%
- Les périodes de réservations ne sont pas assez flexibles (ex : location du samedi au samedi) **12%** vs. 8%

Les skieurs occasionnels

- Le surplus de touristes **25%** vs. 22%
- La difficulté d'accès **18%** vs. 14%



Les prix élevés : frein n°1 partout en Europe

Quelles sont toutes les raisons qui vous font hésiter à venir ou à venir plus souvent en vacances/week-end à la montagne ?

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
C'est cher, je n'ai pas les moyens	32	40	33	32	41	35	22	18
Il y a trop de monde	23	28	16	30	21	22	20	23
C'est trop humide, trop froid	17	8	22	18	19	20	11	18
C'est difficile d'accès (embouteillages, ...)	15	19	11	15	13	17	12	17
Quand il ne fait pas beau, on ne sait pas quoi faire	14	10	15	16	13	9	13	21
Ce n'est pas la première destination vacances/week-end qui me vient à l'esprit	13	10	15	12	13	13	13	13
Il a trop de démarches à faire (location de matériel, achat des forfaits, etc.) ou de temps d'attentes (remontées mécaniques...)	12	11	13	10	11	12	15	12
Les activités proposées sont trop centrées sur les activités sportives	11	8	17	9	10	11	10	13
Je n'ai pas la condition physique	10	8	10	11	12	12	8	10
Avec le réchauffement climatique, c'est plus incertain (moins de neige, risque d'avalanches, etc.)	9	10	10	10	7	9	11	9
Autre	9	8	6	10	13	9	10	7
Je ne sais pas avec qui partir, mon entourage n'aime pas trop la montagne	8	6	9	6	10	9	9	7
Les activités proposées sont trop risquées	7	6	14	8	5	6	6	7
Les périodes de réservations ne sont pas assez flexibles (ex : location du samedi au samedi)	7	10	6	6	5	8	9	8
La montagne, c'est devenu trop artificiel, ça a perdu de son authenticité	7	9	7	7	4	6	8	10
L'ambiance ne m'attire pas	5	5	6	6	7	6	3	4
Les hébergements ne me conviennent pas	4	5	4	5	3	5	3	4
Ce n'est pas une destination écologique, respectueuse de l'environnement	4	4	4	5	3	4	2	6
Ce n'est pas une destination adaptée aux enfants	4	2	8	2	3	4	2	6
Ce n'est pas assez vivant (pas assez d'animations, de commerces, de lieux de sorties, ...)	3	4	4	2	3	3	4	4
C'est ringard, ce n'est pas fun	3	3	3	4	3	2	3	1
Ce n'est pas une destination adaptée aux adolescents	2	3	2	2	3	1	2	2

En %

Base Touristes attirés par la montagne



En matière d'attractivité le cadre et l'ambiance l'emportent sur l'activité ski

Qu'est-ce qui vous attire particulièrement quand vous pensez à des vacances à la montagne ? (5 réponses max)



Une nature préservée (la faune, la flore)	25%
Une destination idéale pour se déconnecter, se ressourcer	24%
Des bienfaits pour la santé	23%
Le soleil, la lumière	22%
Une destination où chacun peut trouver des choses à faire	12%
Des activités à sensations fortes	11%
L'effort, le dépassement de soi	7%



Paysage, neige, oxygène, silence sont les atouts à valoriser auprès des Européens, bien avant le ski

Qu'est-ce qui vous attire particulièrement quand vous pensez à des vacances à la montagne ? (5 réponses max)

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Les paysages	55	55	54	54	45	53	55	65
La neige	50	55	40	51	49	49	57	51
L'oxygène, l'air pur	46	48	42	46	34	49	51	49
Le cadre montagnard (ambiance conviviale et chaleureuse, gastronomie, chalets, sapins, ...)	39	48	33	34	36	38	46	39
Le silence, le calme	38	31	39	41	34	41	40	43
Une nature préservée (la faune, la flore)	30	25	28	26	31	28	35	38
Le ski, le snowboard ou les autres activités de glisse	25	33	19	26	28	26	23	17
Une destination idéale pour se déconnecter, se ressourcer	23	24	23	20	15	25	25	31
Le soleil, la lumière	21	22	22	27	21	24	12	18
Des bienfaits pour la santé	17	23	17	12	10	16	18	23
Des activités à sensations fortes	11	11	12	10	9	9	13	14
Une destination où chacun peut trouver des choses à faire	8	12	9	7	7	6	8	6
L'effort, le dépassement de soi	8	7	6	10	9	7	8	7
Autre	3	2	3	3	6	3	1	0

En %

Base Touristes attirés par la montagne



Le ski n'est un facteur d'attractivité décisif que pour un quart des Français

Le ski ou le snowboard, pour vous c'est ...

		PROFIL	EN JEU
Une vraie passion, je peux difficilement m'en passer	6	Skieurs réguliers	Assurer la pérennité de l'activité ski
Une activité que j'aime bien et je m'organise pour en faire régulièrement	18		
Une activité que j'aime bien mais que je pratique à l'occasion	27	Skieurs occasionnels	Fidéliser + diversifier les activités
Une activité que je ne pratique pas et qu'il m'intéressait de découvrir	9	Non pratiquants intéressés	Faire expérimenter les activités de glisse
Une activité que j'aime bien mais que je ne pratique plus	12	Skieurs abandonnistes mais qui aiment	Remobiliser ou diversifier les activités
Une activité qu'il m'est arrivé ou qu'il m'arrive de pratiquer mais sans beaucoup d'enthousiasme	7	Déçus du ski	Diversifier les activités
Une activité qu'il m'est arrivé de pratiquer mais qui ne m'a pas du tout plu	4		
Une activité que je ne pratique pas et qui ne m'intéresse pas	17	Réfractaires	Diversifier les activités



Profil des skieurs Français

Skieurs réguliers

Hommes : 68% des skieurs réguliers vs. 51% de l'ensemble des Français attirés par la montagne l'hiver
Femmes : 32% vs. 49%

Âge moyen : 38 ans

16-34 ans : 45% vs. 39% dont **23% de 16-24 ans** vs. 18%

CSP + : 51% vs. 39%

Revenus mensuels de 5 000€ et plus : 25% vs. 14%

La proximité géographique avec les montagnes : plus on habite près des montagnes, plus on skie régulièrement. Mais on a aussi plus de probabilité d'être déçus

vs. Total Français attirés par la montagne en hiver

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

Skieurs occasionnels

Non pratiquants intéressés

Un peu plus d'hommes chez les skieurs occasionnels :

Hommes : 54% des skieurs occasionnels vs. 51% de l'ensemble des Français attirés par la montagne l'hiver
Femmes : 46% vs. 49%

MAIS

Femmes non pratiquantes mais intéressées : 61% vs. 49%

Âge moyen des skieurs occasionnels et des non pratiquants intéressés : 39 ans

Parmi les skieurs occasionnels 49% ont entre **25-44 ans** (vs. 40% pop. totale)
Parmi les non **pratiquants intéressés 29% ont entre 25-34 ans** (vs. 21% pop. totale)

Les skieurs occasionnels sont plutôt CSP + : 46% vs. 39%

Mais **40% de non pratiquants mais intéressés sont CSP -** vs. 33%

Revenus mensuels < 3 200€ : 74% vs. 59% pour les non pratiquants intéressés

Les freins discriminants pour les skieurs occasionnels :

- Le surplus de touristes : 36% vs. 28%
- La difficulté d'accès 18% vs. 14%

Les freins discriminants pour les non pratiquants intéressés :

- Le prix 46% vs. 40%
- Le surplus de touristes : 36% vs. 28%
- Il a trop de démarches à faire (location de matériel, achat des forfaits, etc.) ou de temps d'attentes (remontées mécaniques...) 20% vs. 11%
- Les périodes de réservations ne sont pas assez flexibles (ex : location du samedi au samedi) 19% vs. 10%



Profil des skieurs Français

Skieurs abandonnistes mais qui aiment

Le sexe n'est pas un critère différenciant

Âge moyen : 43 ans

60-70ans : 28% vs. 17%

Il y a plus de CSP + chez les abandonnistes :

CSP : 41% sont CSP+ vs. 39%

Les freins discriminants :

- Le prix : 55% vs. 40%
- Le surplus de touristes : 32% vs. 28%
- Avec le réchauffement climatique, c'est plus incertain (moins de neige, risque d'avalanches, etc.) 17% vs. 10%
- Il y a trop de démarches à faire (location de matériel, achat des forfaits, etc.) ou de temps d'attentes (remontées mécaniques...) 16% vs. 11%
- Une condition physique insuffisante : 15% vs. 7%
- Les hébergements ne me conviennent pas 9% vs. 5%

Décus du ski

Le sexe n'est pas un critère différenciant

Âge moyen : 38 ans

25-34 ans : 27% vs. 21%

35-44 ans : 26% vs. 20%

CSP - : 40% vs. 33%

Les freins discriminants :

- Le manque de présence à l'esprit : 23% vs. 10%
- La montagne, c'est devenu trop artificiel, ça a perdu de son authenticité 18% vs. 9%
- Les périodes de réservations ne sont pas assez flexibles (ex : location du samedi au samedi) 15% vs. 10%
- Il y a trop de démarches à faire (location de matériel, achat des forfaits, etc.) ou de temps d'attentes (remontées mécaniques...) 15% vs. 11%
- C'est ringard, ce n'est pas fun 12% vs. 3%
- Les hébergements ne me conviennent pas 10% vs. 5%
- Ce n'est pas une destination écologique, respectueuse de l'environnement 7% vs. 3%
- Ce n'est pas assez vivant (pas assez d'animations, de commerces, de lieux de sorties, ...) 9% vs. 4%
- Ce n'est pas une destination adaptée aux adolescents 9% vs. 3%

A noter : le prix ne semble pas être un frein important 26% vs. 40%

Réfractaires

Femmes : 61% vs. 49%

Hommes : 39% vs. 51%

Âge moyen : 48 ans

Plus de 45 ans : 65% vs. 42%

Moins de réfractaires chez les CSP + : 24% vs. 39% Plus
chez les Inactifs : 45% vs. 28%

Revenus mensuels < 3 200€ : 70% vs. 59%

Les freins discriminants :

- Le prix 54% vs. 40%
- L'accès difficile 23% vs. 17%
- Le climat 16% vs. 7%



Le ski pèse encore moins dans l'attractivité de la montagne dans les autres pays

Le ski ou le snowboard, pour vous c'est ...

		Europe	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Skiers réguliers	Une vraie passion, je peux difficilement m'en passer	5	6	3	5	4	4	7	6
	Une activité que j'aime bien et je m'organise pour en faire régulièrement	10	18	9	9	8	9	10	10
Skiers occasionnels	Une activité que j'aime bien mais que je pratique à l'occasion	23	27	19	22	21	22	26	23
	Une activité que je ne pratique pas et qu'il m'intéressait de découvrir	18	9	24	15	20	16	19	22
Skiers abandonnistes mais qui aiment	Une activité que j'aime bien mais que je ne pratique plus	13	12	10	12	17	15	13	10
Décus du ski	Une activité qu'il m'est arrivé ou qu'il m'arrive de pratiquer mais sans beaucoup d'enthousiasme	6	7	5	4	4	5	6	8
	Une activité qu'il m'est arrivé de pratiquer mais qui ne m'a pas du tout plu	3	4	3	3	4	3	2	2
Réfractaires	Une activité que je ne pratique pas et qui ne m'intéresse pas	23	17	27	30	22	25	17	19



Réchauffement climatique : même avec moins de neige, la montagne l'hiver conserve son attractivité

Demain, à cause du réchauffement climatique, il y aura peut-être moins de neige à la montagne. Dans ce contexte, quelle est l'affirmation avec laquelle vous êtes le plus d'accord ?



Dans le scénario d'une montagne avec moins de neige, parmi les touristes Français aujourd'hui attirés par la montagne l'hiver :

- 1 sur 10 abandonne
- 4 sur 10 choisissent les stations qui assurent un enneigement maximal
- 5 sur 10 diversifient leurs activités, avec moins d'exigence sur l'enneigement

11%

Je ne partirai plus à la montagne l'hiver

39%

Je choisirai d'aller uniquement dans les stations où la neige est garantie

50%

Je partirai quand même car je suis prêt à faire d'autres activités l'hiver



Même constat dans le reste de l'Europe : même avec moins de neige, la montagne conserve son attrait

Demain, à cause du réchauffement climatique, il y aura peut-être moins de neige à la montagne. Dans ce contexte, quelle est l'affirmation avec laquelle vous êtes le plus d'accord ?

87%

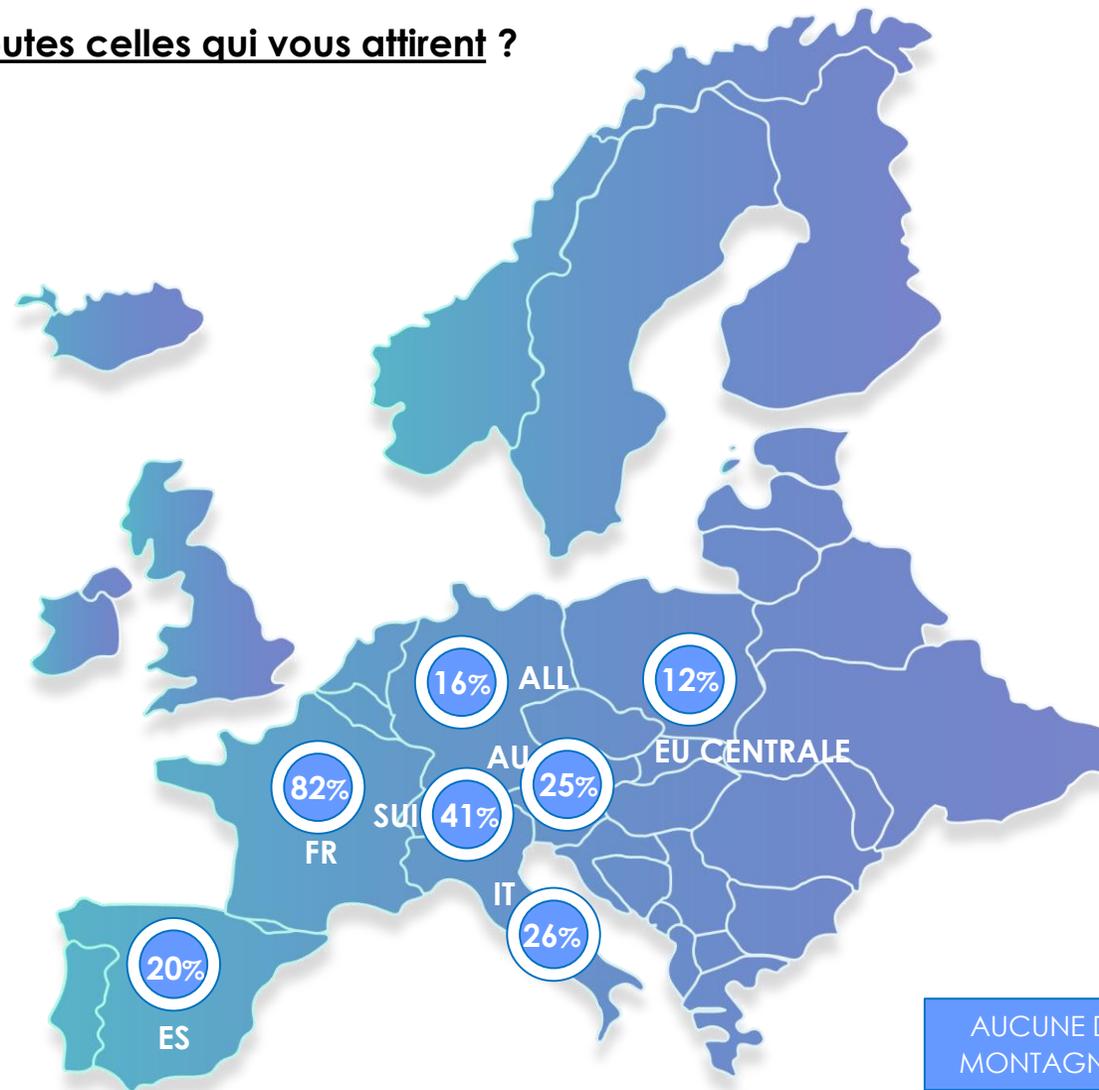
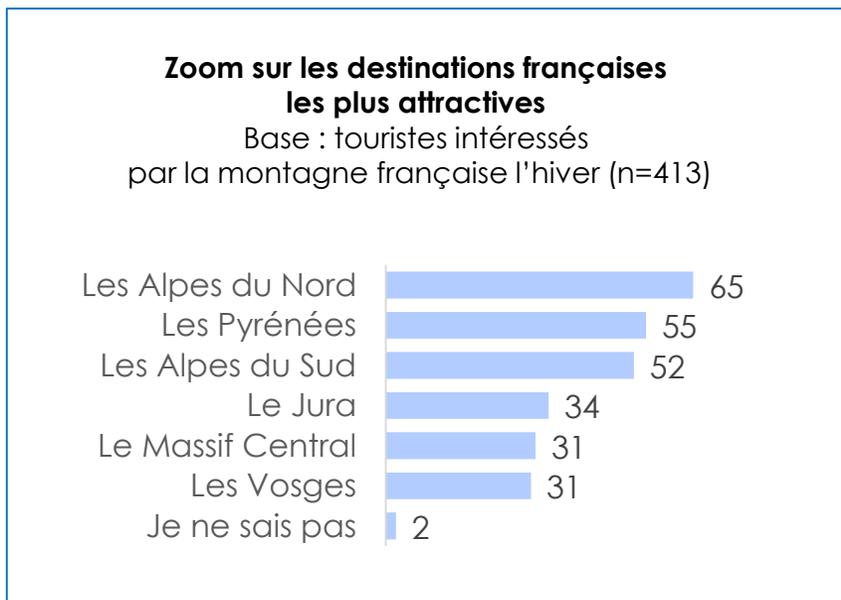
Des touristes européens **iront encore à la montagne l'hiver même s'il y a moins de neige**

	Europe	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Je ne partirai plus à la montagne l'hiver	13	11	14	19	19	13	6	9
Je choisirai d'aller uniquement dans les stations où la neige est garantie	35	39	38	38	37	37	26	27
Je partirai quand même car je suis prêt à faire d'autres activités l'hiver	52	50	48	43	44	50	68	64
Total « ira encore à la montagne l'hiver même s'il y a moins de neige »	87	89	87	80	81	87	94	91



Les Français sont attirés par les massifs français et suisses

Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles qui vous attirent ?



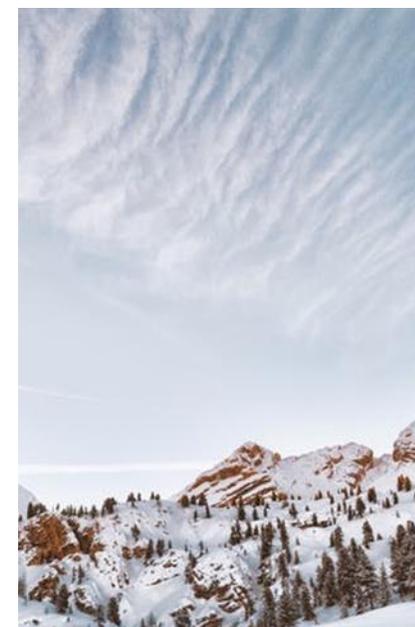
AUCUNE DE CES MONTAGNES : 4%



La destination France est loin d'être la plus attractive pour les Européens

Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles qui vous attirent ?

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Les montagnes suisses	49	41	60	50	46	53	47	44
Les montagnes autrichiennes	46	25	50	69	63	50	41	27
Les montagnes françaises	45	83	42	27	36	61	31	35
Les montagnes italiennes	41	26	41	38	31	44	86	23
Les montagnes allemandes	31	16	31	68	42	30	19	15
Les montagnes espagnoles	26	20	28	13	19	19	12	72
Les montagnes d'Europe Centrale / d'Europe de l'Est (Roumanie, Slovaquie, Pologne, ...)	18	12	27	15	20	20	15	17
Aucune de ces montagnes	7	4	12	6	12	9	1	3





Parmi les montagnes françaises, les Alpes du Nord sont les plus attractives

Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles qui vous attirent ?

	Europe	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Les Alpes du Nord	63	65	67	61	65	61	70	53
Les Pyrénées	59	55	57	49	51	56	63	86
Les Alpes du Sud	59	52	64	67	61	55	60	56
Le Massif Central	31	31	32	38	25	32	31	28
Les Vosges	29	31	24	36	29	46	24	14
Le Jura	27	34	30	31	22	36	23	15
Je ne sais pas	8	2	15	9	16	6	5	4



LEVIERS ET FREINS

L'ATTRACTIVITÉ DE LA MONTAGNE

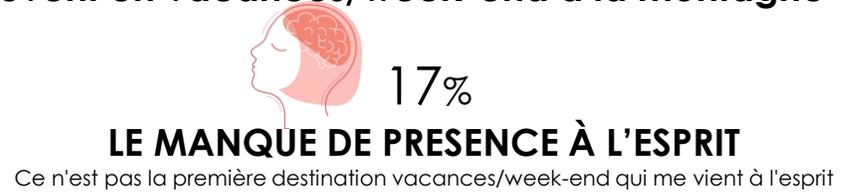
L'ÉTÉ 





Contrairement à l'hiver, les freins à la montagne en été sont moins forts, mais l'absence de présence à l'esprit est un facteur limitant

Quelles sont toutes les raisons qui vous font hésiter à venir ou à venir plus souvent en vacances/week-end à la montagne



Autres freins inférieurs à 10%

Les activités proposées sont trop centrées sur les activités sportives	9%
Je ne sais pas avec qui partir, mon entourage n'aime pas trop la montagne	9%
Les périodes de réservations ne sont pas assez flexibles (ex : location du samedi au samedi)	8%
L'ambiance ne m'attire pas	8%
Ce n'est pas assez vivant (pas assez d'animations, de commerces, de lieux de sorties, ...)	8%
Il a trop de démarches à faire (location de matériel, achat des forfaits, etc.) ou de temps d'attentes	7%
Avec le réchauffement climatique, c'est plus incertain (risques d'éboulements, recul des glaciers, orages violents, ...)	7%

Je n'ai pas la condition physique	7%
La montagne, c'est devenu trop artificiel, ça a perdu de son authenticité	6%
Ce n'est pas une destination adaptée aux adolescents	6%
C'est trop humide, trop froid	6%
Ce n'est pas une destination adaptée aux enfants	6%
C'est ringard, ce n'est pas fun	5%
Les hébergements ne me conviennent pas	4%
Les activités proposées sont trop risquées	4%
Ce n'est pas une destination écologique, respectueuse de l'environnement	3%
Autre	14%

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ



Freins par cibles



Individus attirés et qui fréquentent souvent la montagne en été (+ de 3 fois au cours des 5 dernières années)

Le prix (23% vs. 26%)
Le surtourisme (15% vs. 13%)
Quand il ne fait pas beau, on ne sait pas quoi faire (15% vs. 13%)

Individus attirés et qui fréquentent la montagne en été occasionnellement (1 à 2 fois au cours des 5 dernières années)

Le prix (31% vs. 26%)
Quand il ne fait pas beau, on ne sait pas quoi faire (14% vs. 13%)
Ce n'est pas la première destination vacances/week-end qui me vient à l'esprit (12% vs. 12%)

Individus attirés mais qui ne fréquentent pas la montagne en été

Le prix (24% vs. 26%)
Ce n'est pas la première destination vacances/week-end qui me vient à l'esprit (19% vs. 12%)
Le surplus de tourisme (16% vs. 13%)
Les activités proposées sont trop centrées sur les activités sportives (13% vs. 8%)
L'ambiance ne m'attire pas (9% vs. 6%)

Individus qui ne sont pas attirés par la montagne en été

Le manque de présence à l'esprit (29% vs. 22%)
Une condition physique insuffisante (14% vs. 10%)
Le climat (trop froid et trop humide) (11% vs. 8%)

Freins surreprésentés

vs. Total Français attirés par la montagne en hiver



Au niveau européens, il y a également moins de freins en été qu'en hiver

Quelles sont toutes les raisons qui vous font hésiter à venir ou à venir plus souvent en vacances/week-end à la montagne

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
C'est cher, je n'ai pas les moyens	22	21	29	22	31	24	14	13
Ce n'est pas la première destination vacances/week-end qui me vient à l'esprit	18	17	20	17	16	19	20	18
Il y a trop de monde	18	14	18	22	13	15	17	24
Quand il ne fait pas beau, on ne sait pas quoi faire	17	15	14	20	14	18	16	19
C'est difficile d'accès (embouteillages, ...)	14	12	15	16	14	13	13	14
Je n'ai pas la condition physique	9	6	11	12	9	9	7	9
Les activités proposées sont trop centrées sur les activités sportives	9	9	12	7	8	8	9	10
Les périodes de réservations ne sont pas assez flexibles (ex : location du samedi au samedi)	9	8	7	10	6	10	11	10
Je ne sais pas avec qui partir, mon entourage n'aime pas trop la montagne	8	9	8	7	9	8	9	8
C'est trop humide, trop froid	8	6	9	8	7	10	6	6
Avec le réchauffement climatique, c'est plus incertain (risques d'éboulements, recul des glaciers, orages violents, ...)	7	7	7	6	4	6	6	10
Il a trop de démarches à faire (location de matériel, achat des forfaits, etc.) ou de temps d'attentes	7	7	8	5	6	5	7	7
Ce n'est pas assez vivant (pas assez d'animations, de commerces, de lieux de sorties, ...)	6	8	5	4	6	7	8	7
L'ambiance ne m'attire pas	6	8	4	7	5	4	7	9
La montagne, c'est devenu trop artificiel, ça a perdu de son authenticité	6	6	5	7	3	5	6	8
Ce n'est pas une destination adaptée aux enfants	5	6	8	3	6	5	3	5
Les activités proposées sont trop risquées	5	4	8	6	4	3	4	7
Les hébergements ne me conviennent pas	5	4	6	4	5	5	3	6
C'est ringard, ce n'est pas fun	4	5	6	4	3	3	3	3
Ce n'est pas une destination adaptée aux adolescents	3	6	4	4	2	2	4	2
Ce n'est pas une destination écologique, respectueuse de l'environnement	3	3	4	3	3	3	2	6
En %	13	14	8	14	19	14	12	11



Au-delà du cadre et de l'ambiance, les activités de pleine nature sont clés en été

Qu'est-ce qui vous attire particulièrement quand vous pensez à des vacances à la montagne ? (5 réponses max)



60%

Les paysages



47%

L'oxygène, l'air pur



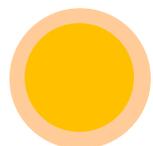
44%

Le silence, le calme



41%

La randonnée et les activités de pleine nature



33%

Le soleil, la lumière



33%

Une nature préservée (la faune, la flore)



30%

Le cadre montagnard (ambiance conviviale et chaleureuse, gastronomie, chalets, sapins, ...)

Une destination idéale pour se déconnecter, se ressourcer

27%

Des bienfaits pour la santé

25%

La fraîcheur (températures)

22%

Une destination où chacun peut trouver des choses à faire

13%

Des activités à sensations fortes

11%

L'effort, le dépassement de soi

8%



Le cadre et l'ambiance (paysage, air pur, silence) : 1ers leviers d'attractivité pour les Européens

Qu'est-ce qui vous attire particulièrement quand vous pensez à des vacances à la montagne ? (5 réponses max)

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Les paysages	61	60	62	58	63	61	59	61
L'oxygène, l'air pur	47	47	43	46	39	45	54	54
Le silence, le calme	47	44	43	47	55	52	44	42
Une nature préservée (la faune, la flore)	41	33	36	40	51	45	45	39
La randonnée et les activités de pleine nature	40	41	32	43	43	45	34	40
Le soleil, la lumière	34	33	37	36	34	39	29	32
Le cadre montagnard (ambiance conviviale et chaleureuse, gastronomie, chalets, sapins, ...)	34	30	36	35	32	32	38	33
Une destination idéale pour se déconnecter, se ressourcer	27	27	23	30	23	29	27	33
Des bienfaits pour la santé	20	25	22	15	10	16	24	27
La fraîcheur (températures)	16	22	14	12	11	17	23	16
Une destination où chacun peut trouver des choses à faire	10	13	12	11	9	11	08	08
Des activités à sensations fortes	10	10	10	9	13	7	11	10
L'effort, le dépassement de soi	8	8	6	8	9	5	10	10
Autre	1	1	1	2	1	2	1	1

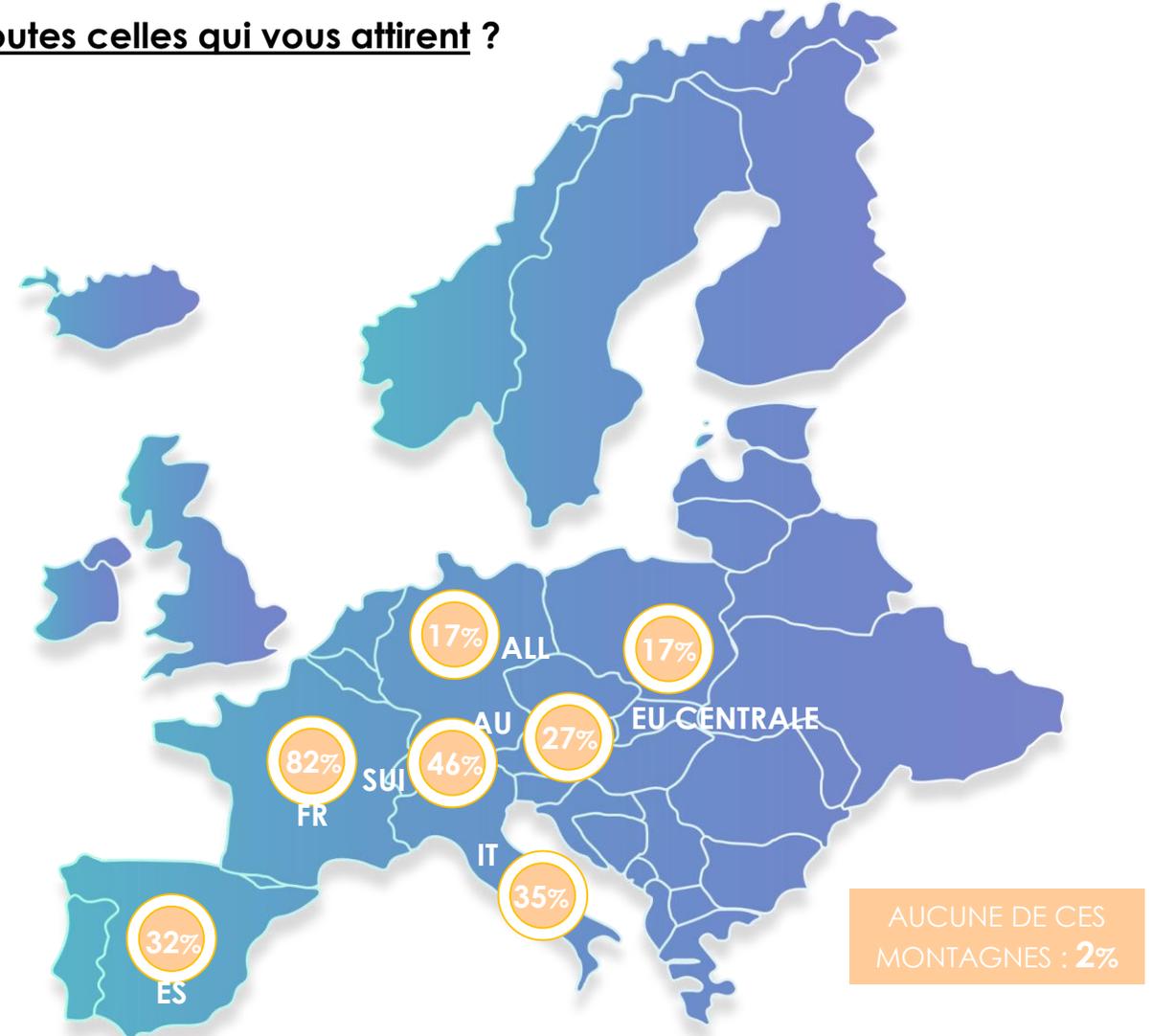
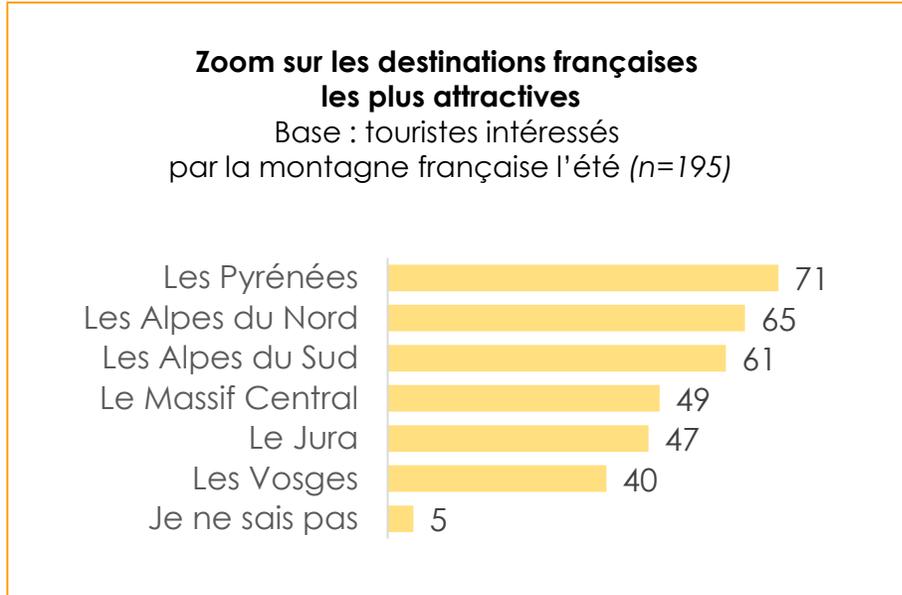
En %

Base Touristes attirés par la montagne



En été, les Français ne sont pas seulement attirés par la montagne en France

Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles qui vous attirent ?



En %

Base Touristes intéressés par la montagne l'été



En été, les Européens se tournent plus volontiers vers les Alpes non françaises

Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles qui vous attirent ?

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Les montagnes italiennes	53	35	56	51	56	55	84	32
Les montagnes suisses	50	46	56	52	56	56	43	41
Les montagnes françaises	48	82	44	34	51	61	31	37
Les montagnes autrichiennes	48	27	49	67	64	53	42	30
Les montagnes espagnoles	40	32	41	30	42	44	18	75
Les montagnes allemandes	39	16	38	74	57	42	22	22
Les montagnes d'Europe Centrale / d'Europe de l'Est (Roumanie, Slovaquie, Pologne, ...)	24	17	30	22	28	32	21	22
Aucune de ces montagnes	5	2	10	4	5	4	3	3





Parmi les montagnes françaises, les Pyrénées et les Alpes du Sud sont les plus prisées

Parmi les destinations de montagne suivantes, quelles sont toutes celles qui vous attirent ?

	Europe	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Les Pyrénées	69	71	65	60	62	66	69	89
Les Alpes du Sud	62	61	59	74	56	61	63	62
Les Alpes du Nord	56	65	53	55	45	56	57	61
Les Vosges	41	40	31	56	43	61	32	26
Le Massif Central	40	49	40	44	33	47	38	26
Le Jura	38	47	34	44	40	49	30	24
Je ne sais pas	9	5	17	8	17	11	4	2





LA MONTAGNE FRANÇAISE : UNE DESTINATION À REDYNAMISER

- A part pour les Français, **la destination France est loin d'être naturelle** pour les amateurs de montagne européens.
- L'activité **ski** en hiver est importante mais **n'est pas le premier facteur d'attractivité**. Or, le modèle français s'est beaucoup développé sur l'atout « ski ».
- Le **prix**, l'**accessibilité** du lieu et le **surtourisme** sont les premiers freins à lever.
- **Le cadre et l'ambiance** sont plus décisifs. L'expérience qu'on attend en priorité de la montagne est de contempler les paysages, de respirer de l'air pur et de profiter du silence.
- La **cible jeune** est stratégique, dans la mesure où l'attraction pour la montagne se forme très largement au cours de l'enfance et de l'adolescence.



02

L'EXPERIENCE IDEALE À LA MONTAGNE :
DÉCONNECTER
AU CONTACT DE LA NATURE

Imaginez un séjour à la montagne.
Nous allons parler de tout ce qui
en ferait un séjour réussi.





QUEL EST LE SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'HIVER ?



QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'HIVER ?

Imaginez un séjour à la montagne l'hiver.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ?
Quels bénéfices ?

Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ? Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

Quel budget ?





Se déconnecter au contact de la nature est l'attente prioritaire des Français

Qu'est-ce qui vous attire particulièrement quand vous pensez à des vacances à la montagne EN HIVER ?

Bénéfices premiers attendus de vacances à la montagne l'hiver



Vous détendre, faire une pause, vous déconnecter (loin de la foule, du bruit, de votre quotidien)

Vous retrouvez à plusieurs, avec vos proches (famille, amis, ...)	34%
Bien manger, bien boire	33%
Vous refaire une santé, retrouver la forme	31%
Vous faire plaisir sans dépenser trop d'argent	30%
Vous dépenser, avoir une activité physique	28%
Faire plaisir à vos enfants, vos petits-enfants	23%
Découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures	19%
Trouver du soleil, partir au soleil	18%
Faire quelque chose d'extraordinaire, d'insolite, d'exceptionnel	16%
Vous divertir, vous amuser (jeux, bars / clubbing, parcs de loisirs)	15%
Découvrir / développer un savoir-faire, une activité (cuisine, art, sport, langue, environnement, ...)	11%
Voir des spectacles, visiter des musées, aller à des festivals	8%
Vous dépasser, aller plus loin, vous lancer des défis	7%



Se déconnecter au contact de la nature est l'attente prioritaire des Européens

Qu'est-ce qui vous attire particulièrement quand vous pensez à des vacances à la montagne EN HIVER ?

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Etre au contact de la nature	53	50	48	57	46	56	55	56
Vous détendre, faire une pause, vous déconnecter (loin de la foule, du bruit, de votre quotidien)	45	39	42	45	47	42	53	47
Bien manger, bien boire	41	33	36	43	46	44	47	40
Vous retrouvez à plusieurs, avec vos proches (famille, amis, ...)	30	34	29	22	36	32	27	32
Découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures	28	19	36	21	20	22	33	44
Vous faire plaisir sans dépenser trop d'argent	24	30	24	25	17	23	25	21
Vous dépenser, avoir une activité physique	23	28	21	17	35	25	10	26
Vous refaire une santé, retrouver la forme	21	31	15	21	15	23	22	17
Faire quelque chose d'extraordinaire, d'insolite, d'exceptionnel	17	16	21	14	12	14	17	22
Faire plaisir à vos enfants, vos petits-enfants	15	23	13	10	11	17	19	12
Vous divertir, vous amuser (jeux, bars / clubbing, parcs de loisirs)	14	15	14	14	19	13	14	12
Trouver du soleil, partir au soleil	14	18	10	15	14	12	14	13
Vous dépasser, aller plus loin, vous lancer des défis	10	7	14	7	13	11	6	9
Découvrir / développer un savoir-faire, une activité (cuisine, art, sport, langue, environnement, ...)	10	11	8	7	9	8	15	7
Voir des spectacles, visiter des musées, aller à des festivals	7	8	10	4	6	6	10	6

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER



Les atouts sur lesquels capitaliser et les bénéfices à développer

Bénéfices actuellement attendus de vacances à la montagne l'hiver

Bénéfices bien associés à la montagne l'hiver

Bénéfices moyennement ou faiblement associé à la montagne l'hiver

A CAPITALISER AUPRES DE POPULATIONS CIBLÉES

- Vous refaire une santé, retrouver la forme (20%, 153)
- Vous dépenser, avoir une activité physique (14%, 197)

A CAPITALISER DE FAÇON PRIORITAIRE

- Vous détendre, faire une pause, vous déconnecter (loin de la foule, du bruit, de votre quotidien) (56%, 81)
- Bien boire, bien manger (44%, 93)
- Être au contact de la nature (39%, 131)
- Vous retrouvez à plusieurs, avec vos proches (famille, amis, ...) (31%, 101)

À DEVELOPPER POUR SE DIFFERENCIER

- Faire plaisir à vos enfants, vos petits-enfants (26%, 92)
- Faire quelque chose d'extraordinaire, d'insolite, d'exceptionnel (22%, 70)
- Vous divertir, vous amuser (jeux, bars / clubbing, parcs de loisirs) (20%, 76)
- Voir des spectacles, visiter des musées, aller à des festivals (20%, 42)
- Découvrir / développer un savoir-faire, une activité (cuisine, art, sport, langue, environnement, ...) (16%, 71)
- Vous dépasser, aller plus loin, vous lancer des défis (9%, 83)

A DEVELOPPER

- Découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures 52%, 54)
- Trouver du soleil, partir au soleil (36%, 39)
- Vous faire plaisir sans dépenser trop d'argent (32%, 73)

COMMENT LIRE LA MATRICE ?
Type de bénéfice recherché (% bénéfice recherché pour un prochain projet de vacances, coeff = bénéfice recherché à la montagne / bénéfice recherché pour un prochain projet de vacances)

Bénéfices recherchés pour des vacances en général

En %
Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

Bénéfices moyennement ou faiblement recherché pour un prochain projet de vacances

Bénéfices fortement recherchés pour un prochain projet de vacances



Les atouts sur lesquels capitaliser et les bénéfices à développer

Bénéfices actuellement attendus de vacances à la montagne l'hiver

Bénéfices bien associés à la montagne l'hiver

Bénéfices moyennement ou faiblement associé à la montagne l'hiver

A CAPITALISER AUPRES DE POPULATIONS CIBLÉES

- Vous refaire une santé, retrouver la forme (15%, 137)
- Vous dépenser, avoir une activité physique (11%, 210)
- Vous dépasser, aller plus loin, vous lancer des défis (8%, 129)

A CAPITALISER DE FAÇON PRIORITAIRE

- Se détendre, faire une pause, se déconnecter (46%, 84)
- Être au contact de la nature (40%, 126)
- Bien boire, bien manger (32%, 106)
- Vous retrouvez à plusieurs, avec vos proches (famille, amis, ...) (30%, 113)

À DEVELOPPER POUR SE DIFFERENCIER

- Faire quelque chose d'extraordinaire, d'insolite, d'exceptionnel (22%, 75)
- Vous divertir, vous amuser (jeux, bars / clubbing, parcs de loisirs) (22%, 67)
- Faire plaisir à vos enfants, vos petits-enfants (17%, 88)
- Voir des spectacles, visiter des musées, aller à des festivals (17%, 42)
- Découvrir / développer un savoir-faire, une activité (cuisine, art, sport, langue, environnement, ...) (12%, 85)

A DEVELOPPER

- Découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures 48%, 41)
- Trouver du soleil, partir au soleil (36%, 49)
- Vous faire plaisir sans dépenser trop d'argent (34%, 88)

COMMENT LIRE LA MATRICE ?
Type de bénéfice recherché (% bénéfice recherché pour un prochain projet de vacances, coeff = bénéfice recherché à la montagne / bénéfice recherché pour un prochain projet de vacances)

Bénéfices recherchés pour des vacances en général

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'HIVER ?

Imaginez un séjour à la montagne l'hiver.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ? Quels bénéfices ?

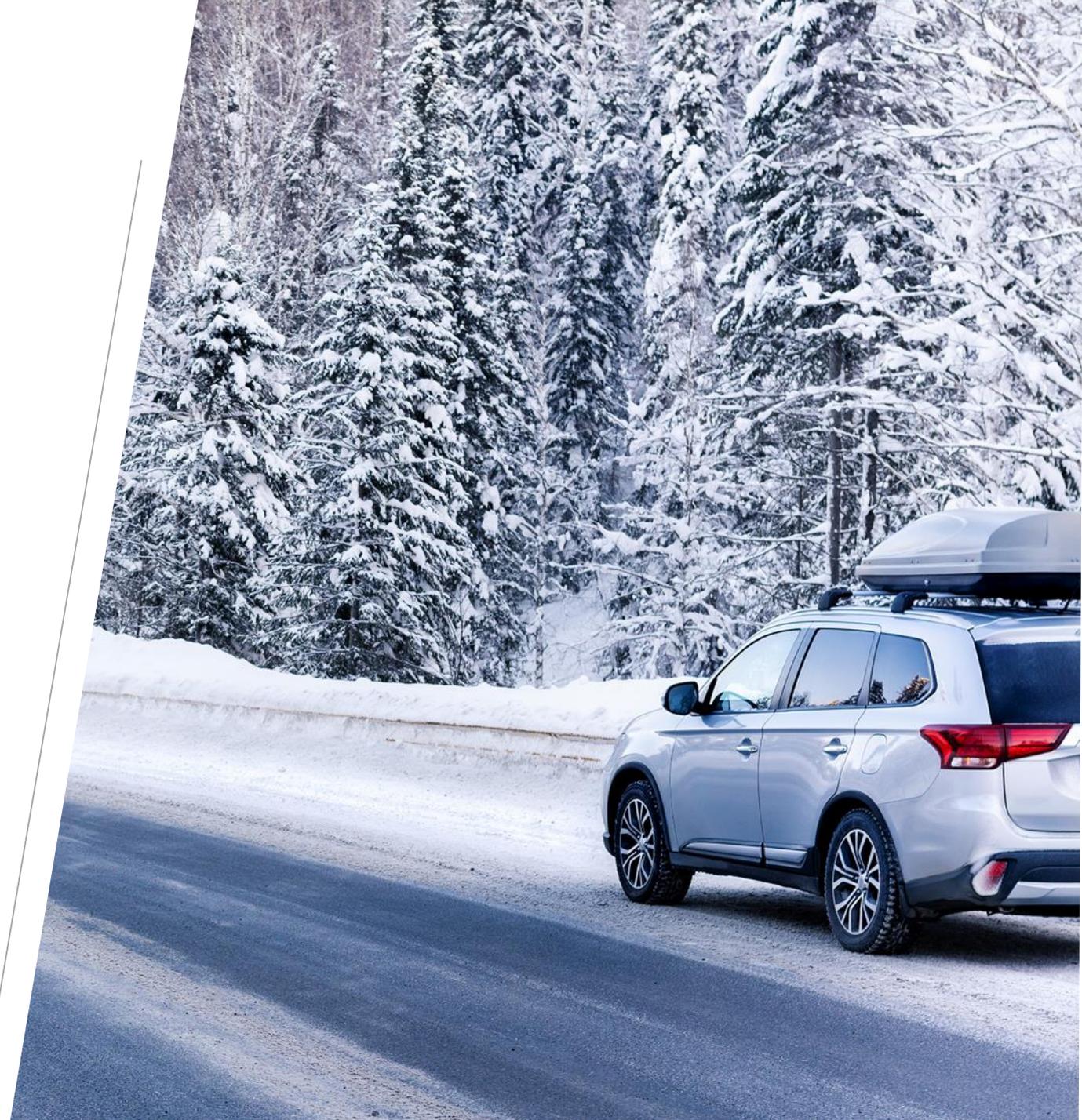
Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ? Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

Quel budget ?





Une destination de famille ou de groupes La moitié seulement valorise le format d'une semaine

Avec qui partez-vous ?



66%
En couple



47%
Avec vos enfants



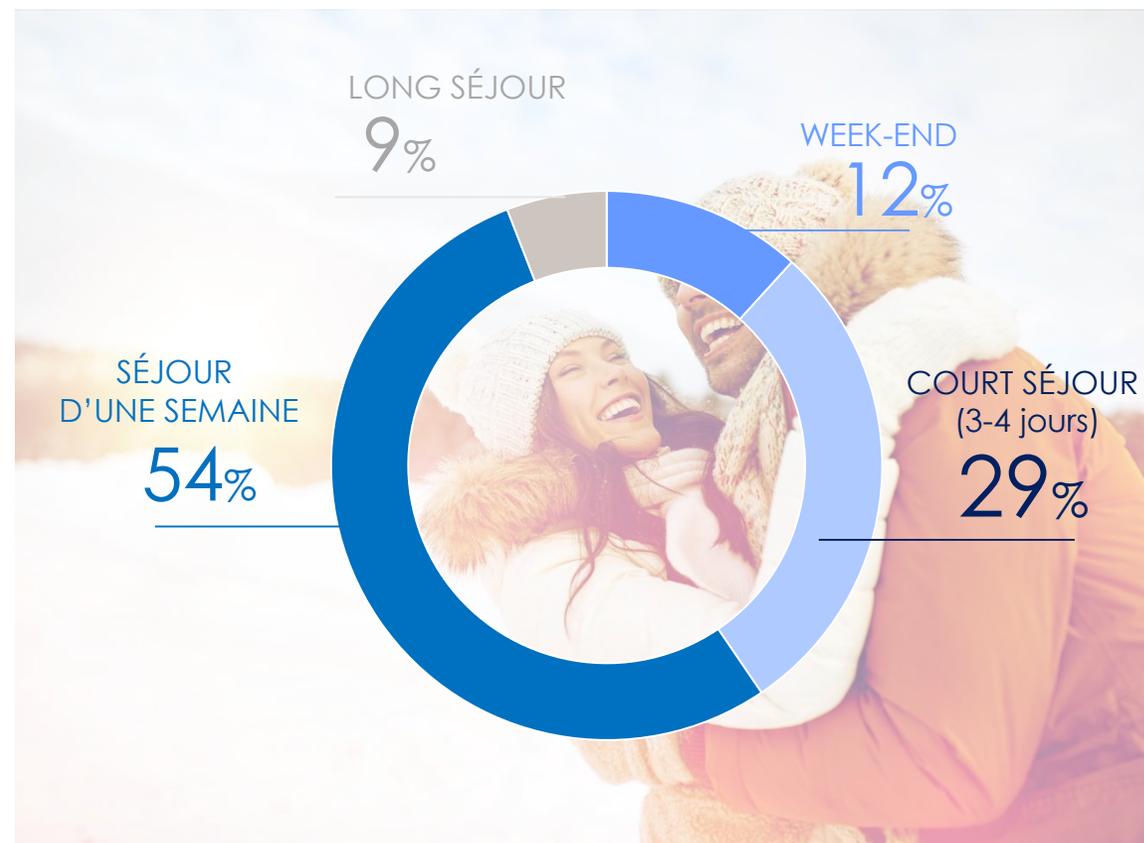
26%
En couple sans enfants
ou petits-enfants

Avec des amis	24
Avec d'autres membres de votre famille (parents, grands-parents, frères et sœurs, cousins, etc.)	18
Seul(e)	8
Avec vos petits-enfants	8
Avec vos animaux de compagnie	3
Avec des collègues	2
Avec des personnes que je ne connais pas à l'avance (voyage organisé)	2

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

La durée de votre séjour





Une destination de famille ou de groupes Certains Européens privilégient les courts séjours

Avec qui partiriez-vous ?

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
En couple	66	66	58	62	63	65	69	76
Avec vos enfants	37	47	32	25	36	38	38	45
En couple sans enfants ou petits-enfants	36	29	37	44	36	36	39	35
Avec des amis	26	24	21	22	28	29	29	31
Avec d'autres membres de votre famille (parents, grands-parents, frères et sœurs, cousins, etc.)	19	18	15	15	23	21	19	21
Seul(e)	9	8	12	13	8	9	5	5
Avec vos petits-enfants	5	8	5	6	6	4	4	2
Avec vos animaux de compagnie	3	3	2	1	2	3	3	4
Avec des collègues	2	2	2	2	2	2	2	1

La durée de votre séjour

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Week-end	16	12	12	15	5	13	25	27
Court séjour (3-4 jours)	37	29	41	39	26	26	45	50
Séjour d'une semaine	40	54	38	37	55	52	26	17
Long séjour (plus d'une semaine)	8	6	9	9	14	9	4	5



En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'HIVER ?

Imaginez un séjour à la montagne l'hiver.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ? Quels bénéfices ?
Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ?
Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?
Quelles activités pratiquez-vous ?
Quel budget ?





Les Français veulent des lieux de vie plutôt que des stations de ski, et souhaitent limiter la place de la voiture

Le type de destination envisagé



UN VILLAGE
54%



UNE STATION DE MOYENNE
OU DE HAUTE ALTITUDE
31%

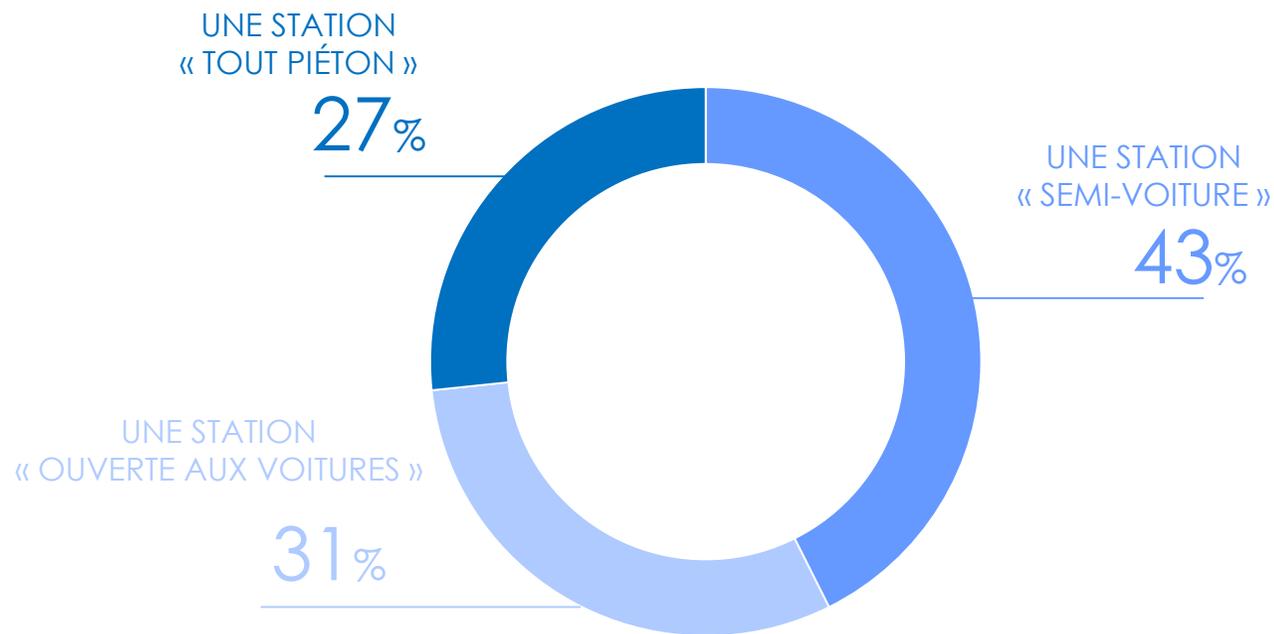


UNE PETITE VILLE
31%



EN PLEINE NATURE
(LOGEMENTS ISOLES, REFUGES)
18%

La place de la voiture dans la station





Les Européens sont encore plus demandeurs de lieux de vie et souhaitent également limiter la place de la voiture

Le type de destination envisagé

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Un village	54	54	52	43	60	60	51	59
Une petite ville	31	21	43	44	31	31	30	20
Une station de moyenne ou de haute altitude	31	47	25	28	34	31	28	25
En pleine nature (logements isolés, refuge, ...)	18	9	16	17	18	14	22	25

La place de la voiture dans la station

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
UNE STATION « SEMI-VOITURE » où l'on peut circuler partout mais on se gare en périphérie (accès par télécabine, navette,	44	43	51	46	44	46	37	42
UNE STATION « OUVERTE AUX VOITURES » où l'on peut circuler et se garer partout	29	31	16	32	38	28	30	31
UNE STATION « TOUT PIÉTON » où seuls les véhicules de secours et les transports en communs sont autorisés. On se gare en	27	27	33	22	19	26	34	27

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER



Ces lieux de vie doivent valoriser le cadre montagnard

Idéalement, cette destination offre



CRITÈRES PRIORITAIRES

- Une **ambiance montagnarde** (chalets, bâtiments en bois/pierre) 60%
- Des lieux qui offrent des **panoramas sur la montagne** 54%



CRITÈRES VALORISÉS

- Une facilité **d'accès en transports en commun** (trains, navettes, ...) depuis chez vous 38%
- Des **espaces de vie où l'on peut se retrouver**, se rassembler, assister à des événements/animations 32%
- Des **places**, des **jardins**, des lieux de **promenade** 31%
- Un **habitat écologique** (recours aux énergies renouvelables, ...) 27%



CRITÈRES DIFFERENCIANTS

- Une **architecture innovante, originale**, avec des matériaux modernes 15%
- Des **lieux éphémères**, avec des structures facilement démontables (logements, bars, restaurants,...) 14%



Ces lieux de vie doivent valoriser le cadre montagnard

Idéalement, cette destination offre



**CRITÈRES
PRIORITAIRES**

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Des lieux qui offrent des panoramas sur la montagne	66	54	69	65	68	71	64	68
Une ambiance montagnarde (chalets, bâtiments en bois/pierre)	55	60	52	45	57	54	65	51



**CRITÈRES
VALORISÉS**

Des places, des jardins, des lieux de promenade	38	31	38	44	34	38	43	41
Une facilité d'accès en transports en commun (trains, navettes, ...) depuis chez vous	32	38	32	32	31	33	30	30
Des espaces de vie où l'on peut se retrouver, se rassembler, assister à des événements/animations	27	32	25	22	27	22	29	34



**CRITÈRES
DIFFERENCIANTS**

Un habitat écologique (recours aux énergies renouvelables, ...)	21	27	25	11	19	18	18	31
Une architecture innovante, originale, avec des matériaux modernes	12	15	14	10	10	11	10	11
Des lieux éphémères, avec des structures facilement démontables (logements, bars, restaurants,...)	11	14	13	7	8	10	11	12
Ca n'a pas d'importance pour moi	5	5	5	8	6	6	3	3

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER



Les Français n'envisagent pas leur lieu de séjour sans restaurant

Les services, événements ou activités qu'il est très important de trouver sur place :



En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER



Quels services pour quelles cibles ?



Les adeptes de la montagne en hiver (3 séjour et +)

- Magasins de location de matériel (vélo, ski, ...) **39%** vs. 36%
- Cinéma **26%** vs. 22%
- Evénements sportifs (championnats, compétitions, etc.) **12%** vs. 9%



Les occasionnels de la montagne en hiver :

- Lieux de vie en altitude, en pleine nature (cafés, bars, restaurants...) **38%** vs. 31%



Attirés mais ne fréquentent pas la montagne :

- Epiceries, supermarchés **53%** vs. 50%
- Pharmacie **41%** vs. 37%
- Magasins, lieux de shopping **35%** vs. 32%
- Cafés/Salons de thé **33%** vs. 26%
- Centre de santé (médecin, kinésithérapeute, ostéopathe, ...) **26%** vs. 23%
- Espaces de jeux pour les enfants **26%** vs. 20%

Vs. Total Français attirés par la montagne en hiver



Le restaurant : première attente des Européens



Les services, événements ou activités qu'il est très important de trouver sur place :

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Restaurants	56	61	56	52	58	62	48	53
Epicerie, supermarchés	40	50	41	42	31	42	31	42
Marchés de produits frais et locaux	36	44	26	29	33	36	43	39
Lieux de vie en altitude, en pleine nature (cafés, bars, restaurants...)	31	31	31	30	29	33	34	30
Magasins, lieux de shopping	31	32	27	32	43	36		
Cafés/Salons de thé	31	26	41	34		26	32	35
Magasins de location de matériel (vélo, ski, ...)	26	36	18	21	31	30	23	24
Pharmacie	26	37	14	20	15	30	31	32
Bars (bars à vin, bars à cocktail, micro-brasseries, biergarten, pub, etc.)	24		34	24	20	27	23	24
Centre de bien-être et remise en forme (massages, séjours détox, balnéothérapie, cures, ...)	23	21	22	24	18	28	32	16
Événements en altitude (pique-nique, feux de camps, brunch, descente aux flambeaux, observation des étoiles, ski de soirée, etc.)	22	24	20	17	25	21	28	20
Centre de santé (médecin, kinésithérapeute, ostéopathe, ...)	19	23	15	13	13	19	19	29
Espaces de jeux pour les enfants	17	20	15	10	16	19	15	22
Spectacles, festivals, événements thématiques (musique, pour enfants, gastronomie, ...)	16	16	19	8	15	15	21	19
Expositions, arts, musées	14	10	16	13	11	12	22	13
Cinéma	13	22	12	11	11	11	14	10
Salles de sport, espaces de musculation et de fitness	10	12	13	9	11	11	8	8
Salle de jeux (billard, jeux vidéo, réalité virtuelle, etc.)	10	14	10	4	9	12	10	13
Clubs / bars où l'on peut danser	10	14	10	9	12	11		7
Événements sportifs (championnats, compétitions, etc.)	9	9	9	7	6	7	14	11
Espaces pour travailler, espaces de coworking	4	4	6	3	3	3	6	5
Service de crèche, de garderie pour enfants	4	5	4	2	4	5	4	5
Autre	4	2	2	7	6	3		4

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'HIVER ?

Imaginez un séjour à la montagne l'hiver.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ? Quels bénéfices ?

Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ? Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

Quel budget ?





Les Français attendent des hébergement permettant d'accueillir entre 2 et 6 personnes

En comptant les personnes qui vous accompagnent et vous-même, combien de personnes l'hébergement doit-il accueillir ?



1 personne
4%



2 personnes
23%



3 à 4 personnes
44%



5 à 6 personnes
22%



7 à 8 personnes
4%



9 personnes ou plus
3%





Les Européens attendent des hébergements permettant d'accueillir entre 2 et 6 personnes

En comptant les personnes qui vous accompagnent et vous-même, combien de personnes l'hébergement doit-il accueillir ?

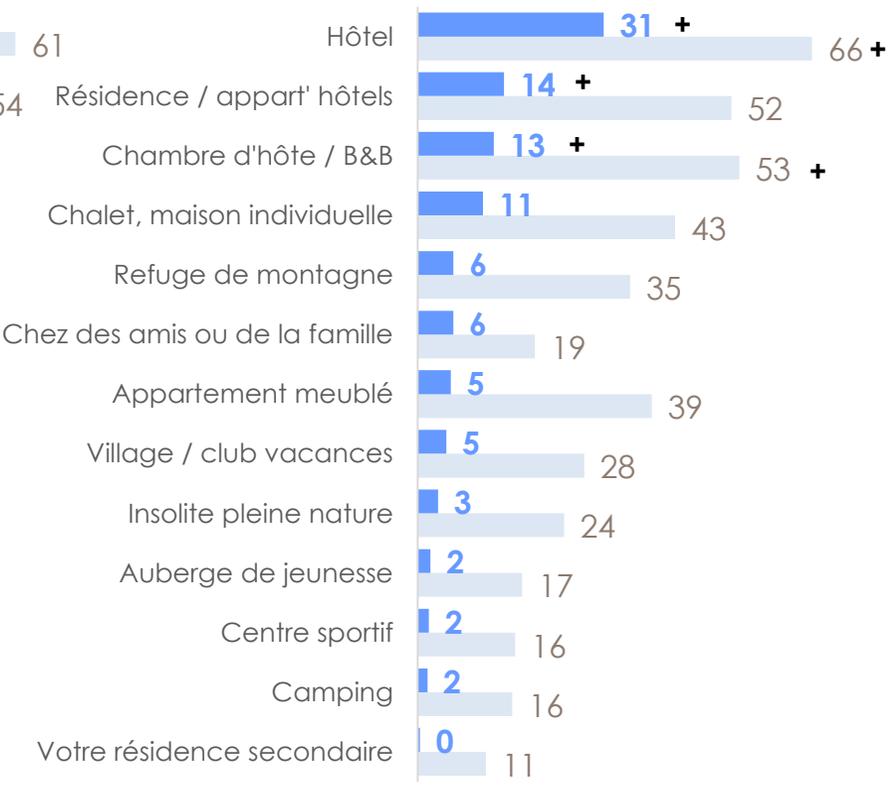
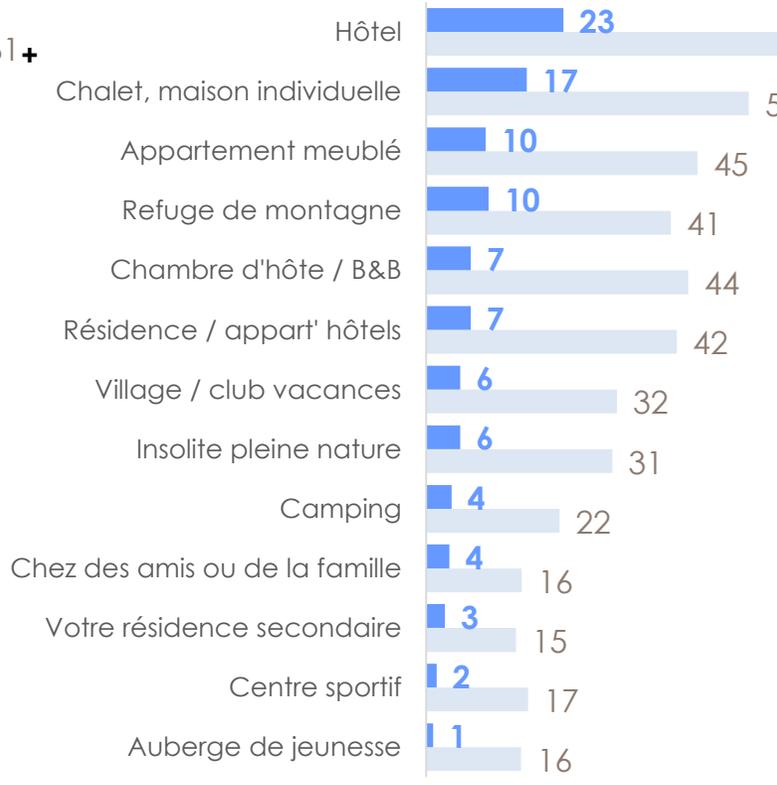
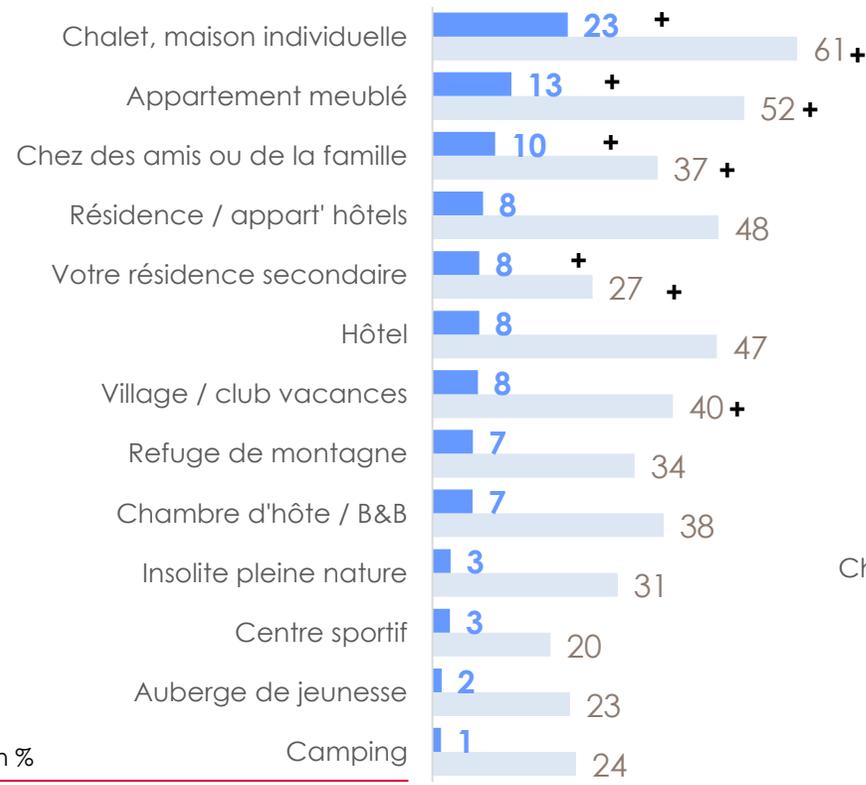
	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
1 personne	5	4	8	10	4	5	4	3
2 personnes	31	23	37	43	28	28	28	27
3 à 4 personnes	41	44	35	36	38	35	48	51
5 à 6 personnes	17	22	14	9	21	22	16	13
7 à 8 personnes	3	4	3	0	5	4	2	4
9 à 10 personnes	1	1	2	0	2	3	1	1
11 personnes et plus	2	1	2	1	2	3	1	1
DE 1 à 4 PERSONNES	77	71	79	89	70	68	80	81





La location de meublé est spécifique à la France L'hôtel est privilégié dans les autres pays

■ Hébergement préféré ■ Hébergement envisageable
+ Hébergement + cité par les touristes de ce pays

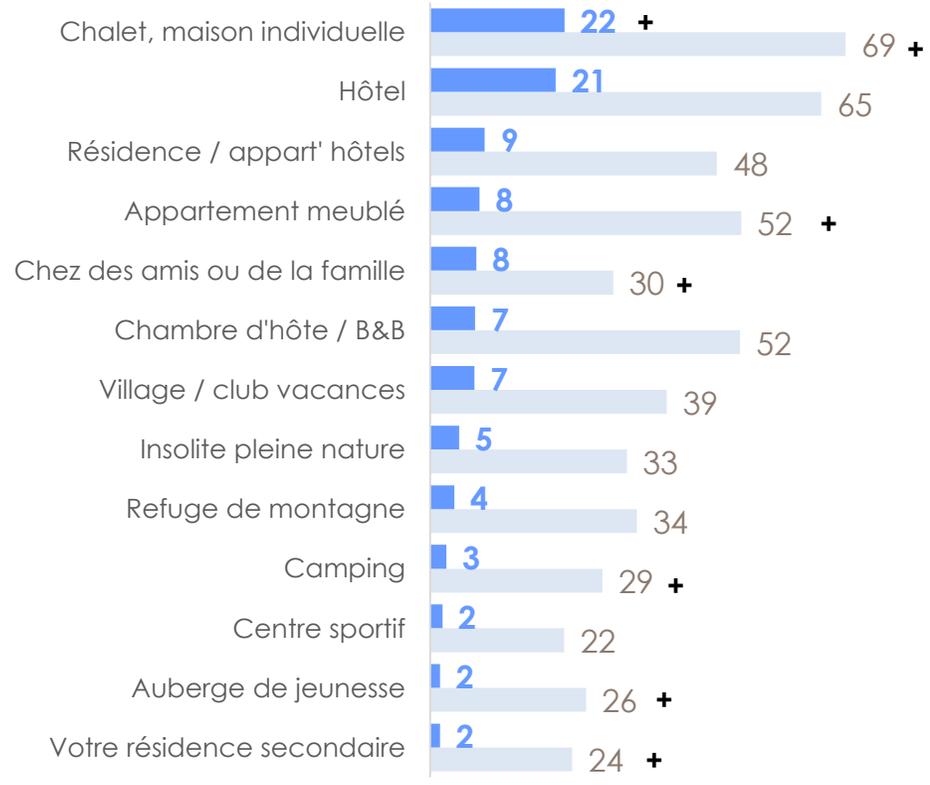
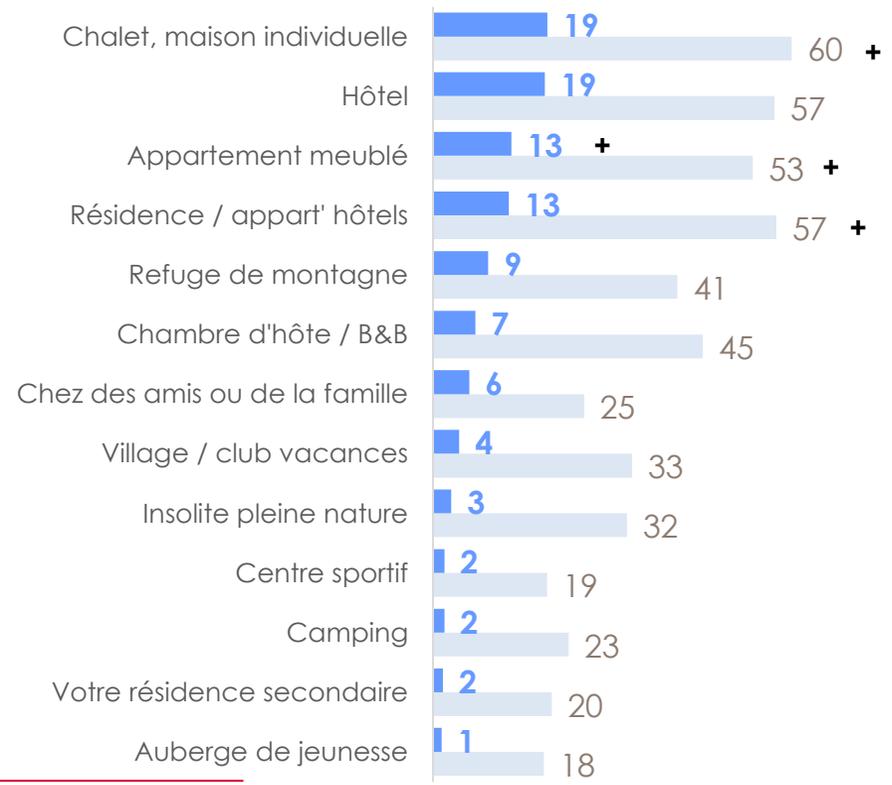


En %
Base Touristes attirés par la montagne en HIVER



Si l'hôtel est important, les chalets sont prisés des Belges et des Néerlandais

■ Hébergement préféré ■ Hébergement envisageable
+ Hébergement + cité par les touristes de ce pays



En %
Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

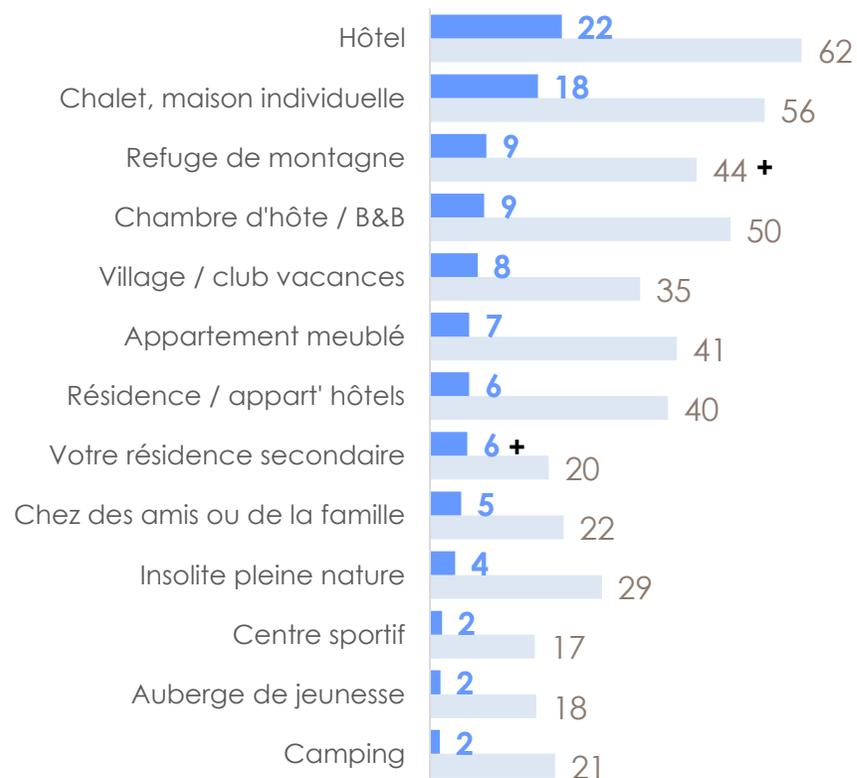


Italiens et Espagnols privilégient l'hôtel

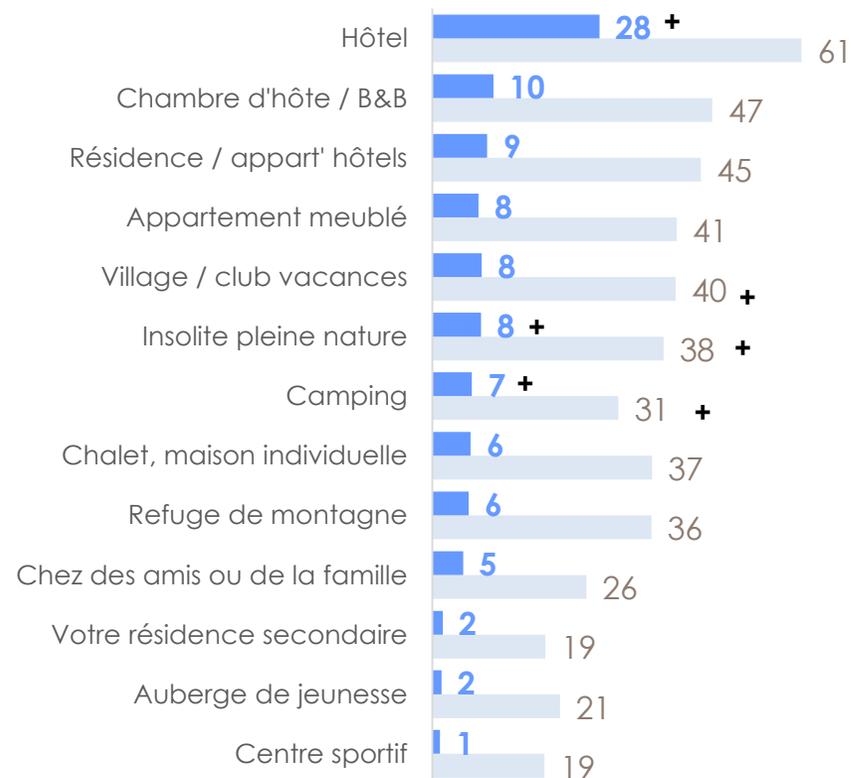
 Hébergement préféré
  Hébergement envisageable
 Hébergement + cité par les touristes de ce pays



Italie



Espagne



En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'HIVER ?

Imaginez un séjour à la montagne l'hiver.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ? Quels bénéfices ?
Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?
Dans quel type de station ? Quels sont les services qu'on y trouve ?
Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

Quel budget ?



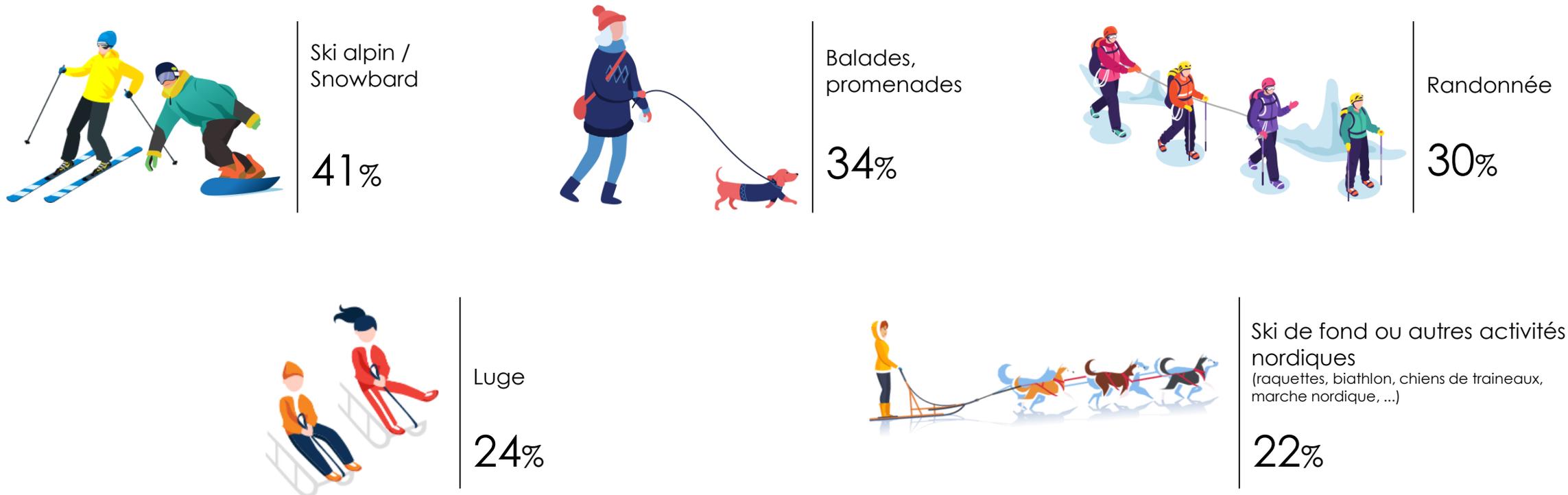


Balades et randonnées sont presque aussi importantes que les activités de glisse

Quelles sont vos activités principales, celles que vous aimeriez faire en priorité?

(4 réponses maximum)

HIVER - TOP5 ACTIVITES PRINCIPALES – FRANCE





A côté de la glisse et des balades, la découverte du cadre et les activités bien-être sont également prisées

Quelles sont vos activités principales, celles que vous aimeriez faire en priorité? (4 réponses maximum)

Quelles sont vos activités secondaires, celles que vous aimeriez faire occasionnellement lors votre séjour ? (plusieurs réponses possibles)



SKI / RANDO / PLEINE NATURE	principales	occasionnelles
Ski alpin / Snowboard	41	15
Balades, promenades	34	20
Randonnée	30	22
Ski de fond ou autres activités nordiques (raquettes, biathlon, chiens de traîneaux, marche nordique, ...)	22	19
Ski de randonnée	20	18
Vélo (VTT, vélo électrique, Fat bike, etc.)	07	12
Alpinisme, escalade, via ferrata	07	10
Sports motorisés (motoneige, quad, etc.)	06	13
Running, trail	03	10

DECOUVERTE / APPRENTISSAGE	principales	occasionnelles
Découverte de la nature, de la faune et de la flore	18	23
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	11	23
Apprentissage d'un savoir-faire du type cuisine, poterie, peinture, etc.	03	12

ACTIVITES LUDIQUES / PARKS	principales	occasionnelles
Luge	24	25
Patins à glace, curling	09	17
Baignade, activités aqua-ludiques	05	18
Jeux et parcours aventure (jeux gonflables, trampoline, tyrolienne, accrobranche,...)	05	13
Parc dédié à la glisse (snowpark, skatepark)	04	11
Parc dédié à l'escalade (murs, blocpark)	04	11

ACTIVITES BIEN-ÊTRE ET DETENTE	principales	occasionnelles
Balnéothérapie, spa, sauna, hammam	11	21
Activités « Forme et bien-être » : yoga, fitness, pilates, tai-chi	03	14

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

En gras : activités citées par au moins 20% des touristes



Activités selon le type de population

ACTIVITÉS

Individus attirés et qui fréquentent la montagne en hiver occasionnellement (1 à 2 fois au cours des 5 dernières années)

	principales	occasionnelles
Balades, promenades	39	22
Ski alpin / Snowboard	39	17
Ski de randonnée	22	16
Balnéothérapie, spa, sauna, hammam	14	21
Patins à glace, curling	12	15
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	10	25

ACTIVITÉS

Individus attirés et qui fréquentent souvent la montagne en hiver (3 fois ou plus au cours des 5 dernières années)

	principales	occasionnelles
Ski alpin / Snowboard	54	23
Ski de fond ou autres activités nordiques (raquettes, biathlon, chiens de traîneaux, marche nordique, ...)	25	21
Luge	24	29
Ski de randonnée	23	19
Baignade, activités aqua-ludiques	5	31
Apprentissage d'un savoir-faire du type cuisine, poterie, peinture, etc.	2	15

ACTIVITÉS

Individus attirés mais qui ne fréquentent pas la montagne en hiver

	principales	occasionnelles
Balades, promenades	39	15
Randonnée	33	26
Luge	27	25
Découverte de la nature, de la faune et de la flore	23	25
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	15	20
Ski de randonnée	14	20

Vs. Total Français attirés par la montagne en hiver

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

Les activités sélectionnées sont surreprésentées par rapport aux touristes Français au global ou ont un score >50% en activités principales



Activités selon le type de population

ACTIVITÉS Skieurs réguliers

	principales	occasionnelles
Ski alpin / Snowboard	72	12
Ski de randonnée	28	23
Ski de fond ou autres activités nordiques (raquettes, biathlon, chiens de traîneaux, marche nordique, ...)	26	23
Luge	17	31
Balades, promenades	12	26
Parc dédié à la glisse (snowpark, skatepark)	8	15
Sports motorisés (motoneige, quad, etc.)	5	17
Parc dédié à l'escalade (murs, blocpark)	5	12

ACTIVITÉS Skieurs occasionnels

	principales	occasionnelles
Ski alpin / Snowboard	62	16
Balades, promenades	37	19
Luge	24	30
Découverte de la nature, de la faune et de la flore	21	27
Ski de fond ou autres activités nordiques (raquettes, biathlon, chiens de traîneaux, marche nordique, ...)	16	21
Sports motorisés (motoneige, quad, etc.)	8	14
Jeux et parcours aventure (jeux gonflables, trampoline, tyrolienne, accrobranche,...)	3	16

ACTIVITÉS Non pratiquants intéressés pour découvrir le ski

	principales	occasionnelles
Balades, promenades	39	17
Randonnée	31	26
Découverte de la nature, de la faune et de la flore	19	26
Ski de randonnée	20	24
Balnéothérapie, spa, sauna, hammam	18	25
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	17	26
Patins à glace, curling	7	23
Apprentissage d'un savoir-faire du type cuisine, poterie, peinture, etc.	2	19
Activités « Forme et bien-être » : yoga, fitness, pilates, tai-chi	2	17
Running, trail	2	13

Vs. Total Français attirés par la montagne en hiver

Les activités sélectionnées sont surreprésentées par rapport aux touristes Français au global ou ont un score >50% en activités principales



Activités selon le type de population

ACTIVITÉS Abandonnistes qui aiment le ski

	principales	occasionnelles
Balades, promenades	42	19
Randonnée	37	14
Ski de fond ou autres activités nordiques (raquettes, biathlon, chiens de traîneaux, marche nordique, ...)	29	20
Luge	27	19
Découverte de la nature, de la faune et de la flore	25	27
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	14	30
Jeux et parcours aventure (jeux gonflables, trampoline, tyrolienne, accrobranche,...)	10	7
Balnéothérapie, spa, sauna, hammam	9	27
Parc dédié à l'escalade (murs, blocpark)	6	16
Running, trail	6	8

ACTIVITÉS Déçus

	principales	occasionnelles
Ski de fond ou autres activités nordiques (raquettes, biathlon, chiens de traîneaux, marche nordique, ...)	43	18
Randonnée	33	23
Luge	33	22
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	14	20
Patins à glace, curling	14	22
Alpinisme, escalade, via ferrata	12	12
Vélo (VTT, vélo électrique, Fat bike, etc.)	11	14
Sports motorisés (motoneige, quad, etc.)	9	18
Apprentissage d'un savoir-faire du type cuisine, poterie, peinture, etc.	7	16
Parc dédié à l'escalade (murs, blocpark)	7	12
Baignade, activités aqua-ludiques	5	26

ACTIVITÉS Réfractaires

	principales	occasionnelles
Balades, promenades	52	21
Randonnée	46	16
Découverte de la nature, de la faune et de la flore	26	29
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	18	24
Balnéothérapie, spa, sauna, hammam	17	20

Vs. Total Français attirés par la montagne en hiver

Les activités sélectionnées sont surreprésentées par rapport aux touristes Français au global ou ont un score >50% en activités principales



Pour les Européens, balades et randonnées sont plus importantes que les activités de glisse

TOP5 ACTIVITES PRINCIPALES – TOUS PAYS CONFONDUS



Randonnée

39%



Balades,
promenades

37%



Ski alpin /
Snowbard

30%



Découverte de la
nature, de la faune
et de la flore

25%



Luge

19%



Pour les Européens, balades et randonnées sont plus importantes que les activités de glisse

Quelles sont vos activités principales, celles que vous aimeriez faire en priorité? (4 réponses maximum)

SKI / RANDO / PLEINE NATURE



	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Randonnée	39	30	26	40	54	47	28	49
Balades, promenades	37	34	29	39	28	37	56	38
Ski alpin / Snowboard	30	41	23	29	38	34	24	22
Ski de fond ou autres activités nordiques (raquettes, biathlon, chiens de traîneaux, marche nordique, ...)	16	22	13	12	15	20	15	11
Ski de randonnée	13	20	10	10	16	12	12	11
Vélo (VTT, vélo électrique, Fat bike, etc.)	6	7	5	3	6	5	11	8
Alpinisme, escalade, via ferrata	6	7	5	5	7	4	4	12
Sports motorisés (motoneige, quad, etc.)	5	6	5	3	6	6	3	5
Running, trail	3	3	3	3	3	1	4	5

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

En gras : activités citées par au moins 20% des touristes



Pour les Européens, la découverte des lieux est importante

Quelles sont vos activités principales, celles que vous aimeriez faire en priorité? (4 réponses maximum)

DECOUVERTE / APPRENTISSAGE

Découverte de la nature, de la faune et de la flore

Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.

Apprentissage d'un savoir-faire du type cuisine, poterie, peinture, etc.

Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
25	18	22	28	26	26	25	34
13	11	14	5	10	13	19	19
2	3	3	1	1	1	3	2

ACTIVITES LUDIQUES / PARKS

Luge

Patins à glace, curling

Baignade, activités aqua-ludiques

Parc dédié à la glisse (snowpark, skatepark)

Parc dédié à l'escalade (murs, blocpark)

Jeux et parcours aventure (jeux gonflables, trampoline, tyrolienne, accrobranche,...)

Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
19	24	17	17	19	18	19	21
8	9	11	7	7	7	10	8
8	5	10	10	10	9	6	6
5	4	7	6	5	6	4	6
4	4	3	2	6	2	4	5
3	5	4	2	2	3	3	3

ACTIVITES BIEN-ÊTRE / DETENTE

Balnéothérapie, spa, sauna, hammam

Activités « Forme et bien-être » : yoga, fitness, pilates, tai-chi

Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
12	11	10	8	8	13	16	17
4	3	6	4	2	5	5	4

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

En gras : activités citées par au moins 20% des touristes

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'HIVER ?

Imaginez un séjour à la montagne l'hiver.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ? Quels bénéfices ?

Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ? Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

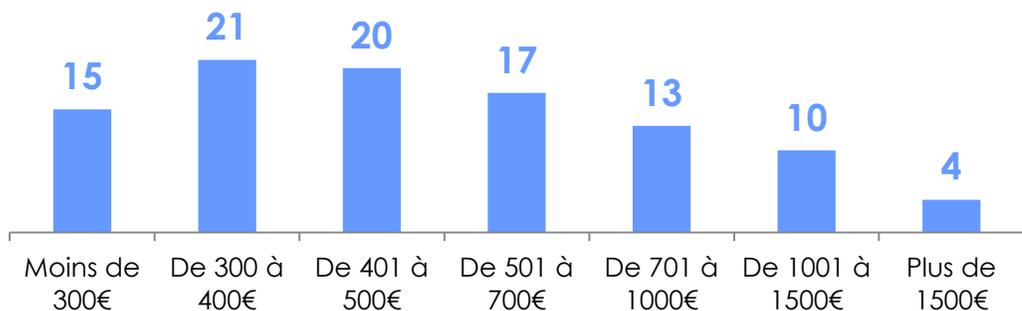
Quel budget ?





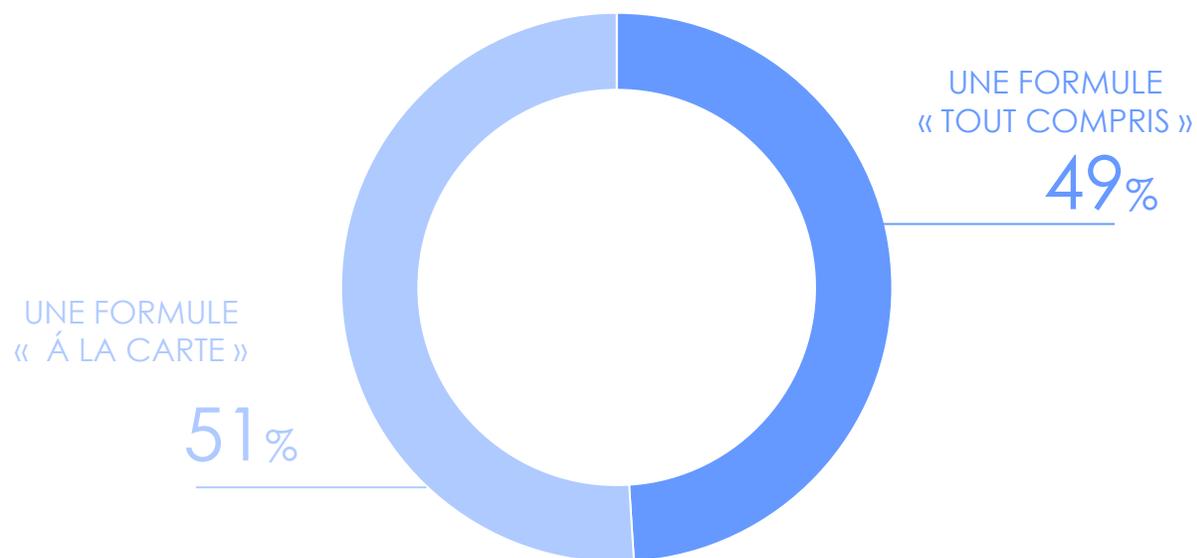
Budget et formule

Et selon-vous, quel est le juste prix par personne pour ce séjour (inclure le transport, l'hébergement, les activités, la location de matériel, la nourriture, etc.)?



BUDGET MOYEN = 597€

Et pour finir, pour ce séjour à la montagne, vous préférez ...

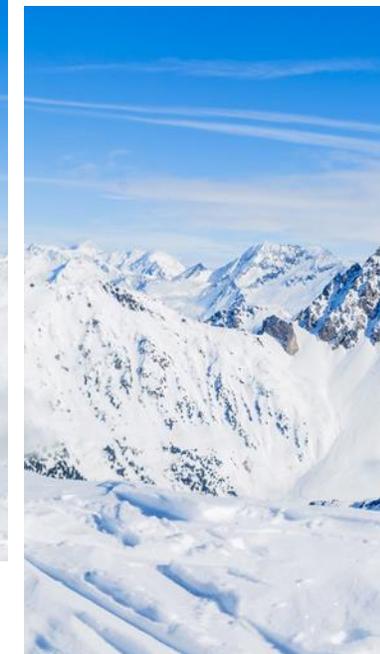




Budget et formule

Et selon-vous, quel est le juste prix par personne pour ce séjour (inclure le transport, l'hébergement, les activités, la location de matériel, la nourriture, etc.)?

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Moins de 300€	16	15	8	15	8	12	25	26
De 300 à 400€	20	21	18	17	19	18	24	24
De 401 à 500€	21	20	23	23	23	23	18	20
De 501 à 700€	19	17	22	20	24	21	14	16
De 701 à 1000€	13	13	15	13	13	16	9	8
De 1001 à 1500€	7	10	9	6	8	7	6	3
Plus de 1500€	4	4	4	6	5	3	3	2
BUDGET MOYEN	569€	596€	637€	591€	618€	583€	498€	459€



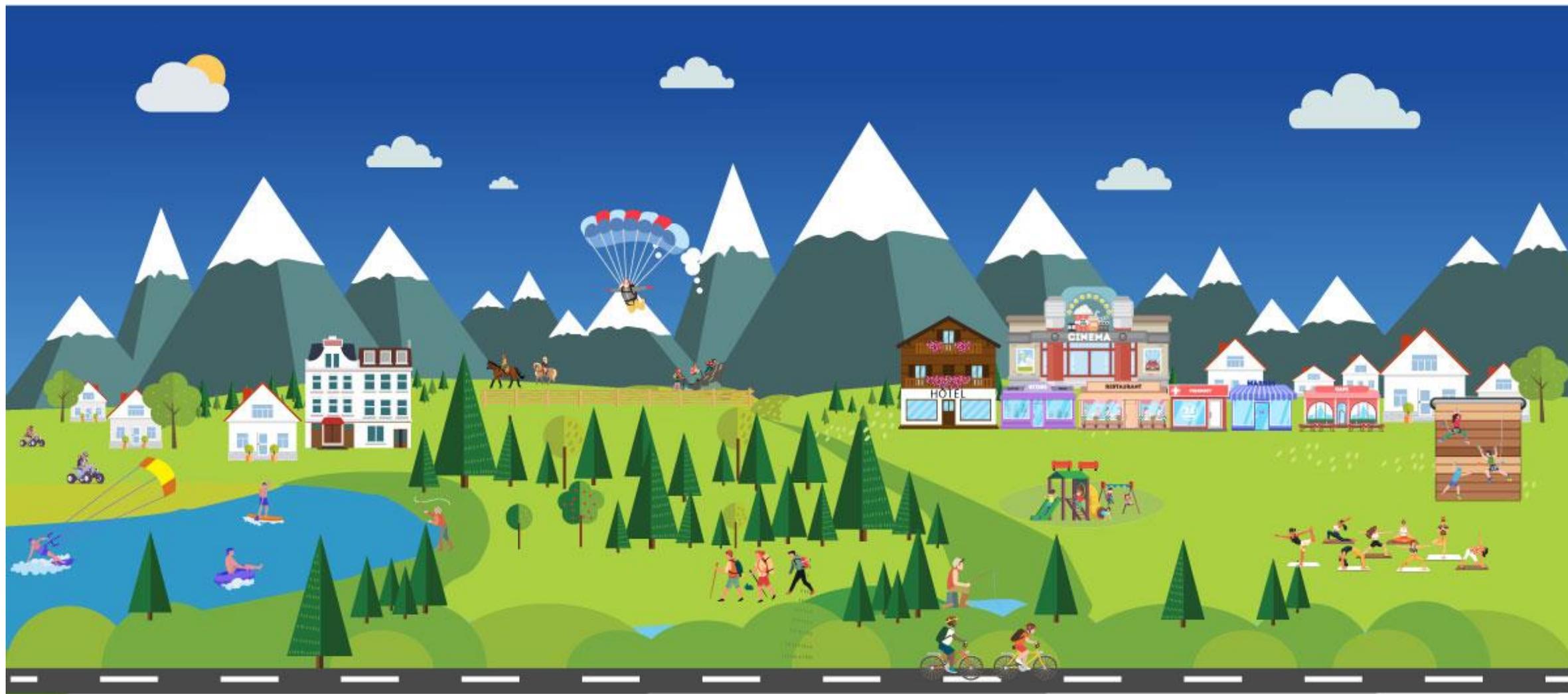
Et pour finir, pour ce séjour à la montagne, vous préférez ...

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
A la carte, en fonction de mes envies, de mes besoins	51	48	51	49	50	51	56	55
Une formule tout compris (hébergement, activités, ...)	49	52	49	51	50	49	44	45

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'ÉTÉ ?



QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'ÉTÉ ?

Imaginez un séjour à la montagne l'été.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ?
Quels bénéfices ?

Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ? Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

Quel budget ?





Se déconnecter au contact de la nature est l'attente prioritaire des Français

Qu'est-ce qui vous attire particulièrement quand vous pensez à des vacances à la montagne EN ETE ?

Bénéfices premiers attendus de vacances à la montagne l'été



Vous détendre, faire une pause, vous déconnecter (loin de la foule, du bruit, de votre quotidien)

Vous faire plaisir sans dépenser trop d'argent	33%
Vous refaire une santé, retrouver la forme	33%
Vous retrouvez à plusieurs, avec vos proches (famille, amis, ...)	32%
Découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures	31%
Trouver du soleil, partir au soleil	27%
Bien manger, bien boire	26%
Vous dépenser, avoir une activité physique	25%
Faire plaisir à vos enfants, vos petits-enfants	20%
Découvrir / développer un savoir-faire, une activité (cuisine, art, sport, langue, environnement, ...)	13%
Voir des spectacles, visiter des musées, aller à des festivals	13%
Vous divertir, vous amuser (jeux, bars / clubbing, parcs de loisirs)	13%
Faire quelque chose d'extraordinaire, d'insolite, d'exceptionnel	12%
Vous dépasser, aller plus loin, vous lancer des défis	8%

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ



Se déconnecter au contact de la nature est aussi l'attente prioritaire des Européens

Qu'est-ce qui vous attire particulièrement quand vous pensez à des vacances à la montagne EN ÉTÉ ?

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Être au contact de la nature	62	62	63	66	59	63	64	58
Vous détendre, faire une pause, vous déconnecter (loin de la foule, du bruit, de votre quotidien)	52	46	45	58	59	52	56	50
Bien manger, bien boire	41	26	39	43	44	46	51	38
Découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures	37	31	46	27	43	32	38	43
Vous retrouver à plusieurs, avec vos proches (famille, amis, ...)	27	32	20	21	30	24	28	33
Vous faire plaisir sans dépenser trop d'argent	26	33	23	29	23	26	24	24
Trouver du soleil, partir au soleil	26	27	27	30	30	28	20	18
Vous dépenser, avoir une activité physique	23	25	24	17	32	26	12	27
Vous refaire une santé, retrouver la forme	23	33	18	21	12	23	30	21
Faire quelque chose d'extraordinaire, d'insolite, d'exceptionnel	14	12	18	16	12	13	11	19
Faire plaisir à vos enfants, vos petits-enfants	12	20	8	7	9	15	14	10
Vous divertir, vous amuser (jeux, bars / clubbing, parcs de loisirs)	12	13	9	13	12	12	13	10
Découvrir / développer un savoir-faire, une activité (cuisine, art, sport, langue, environnement, ...)	9	13	8	8	11	5	15	7
Voir des spectacles, visiter des musées, aller à des festivals	9	13	12	5	9	7	10	8
Vous dépasser, aller plus loin, vous lancer des défis	9	8	14	7	9	11	6	6

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ



Les atouts sur lesquels capitaliser et les bénéfices à développer

Bénéfices actuellement attendus de vacances à la montagne l'été

Bénéfices bien associés à la montagne l'été

Bénéfices moyennement ou faiblement associés à la montagne l'été

En %
Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ

A CAPITALISER

- Vous refaire une santé, retrouver la forme (15%, 149)
- Vous dépenser, avoir une activité physique (12%, 194)
- Vous dépasser, aller plus loin, vous lancer des défis (7%, 123)

A CAPITALISER DE FAÇON PRIORITAIRE

- Vous détendre, faire une pause, vous déconnecter (loin de la foule, du bruit, de votre quotidien) (59%, 88)
- Être au contact de la nature (49%, 126)
- Bien manger, bien boire (43%, 95)

À DEVELOPPER POUR SE DIFFERENCIER

- Faire quelque chose d'extraordinaire, d'insolite, d'exceptionnel (21%, 66)
- Voir des spectacles, visiter des musées, aller à des festivals (19%, 46)
- Vous divertir, vous amuser (jeux, bars / clubbing, parcs de loisirs) (18%, 65)
- Faire plaisir à vos enfants, vos petits-enfants (15%, 80)
- Découvrir / développer un savoir-faire, une activité (cuisine, art, sport, langue, environnement, ...) (12%, 77)

A DEVELOPPER

- Découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures (56%, 66)
- Vous faire plaisir sans dépenser trop d'argent (35%, 74)
- Trouver du soleil, partir au soleil (29%, 90)
- Vous retrouvez à plusieurs, avec vos proches (famille, amis, ...) (27%, 88)

Bénéfices moyennement ou faiblement recherchés pour un prochain projet de vacances

Bénéfices fortement recherchés pour un prochain projet de vacances

COMMENT LIRE LA MATRICE ?
Type de bénéfice recherché (% bénéfice recherché pour un prochain projet de vacances, coeff = bénéfice recherché à la montagne / bénéfice recherché pour un prochain projet de vacances)

Bénéfices recherchés pour des vacances en général



Les atouts sur lesquels capitaliser et les bénéfices à développer

Bénéfices actuellement attendus de vacances à la montagne l'été

Bénéfices bien associés à la montagne l'été

Bénéfices moyennement ou faiblement associé à la montagne l'été

A CAPITALISER

- Vous refaire une santé, retrouver la forme (19%, 171)
- Vous dépenser, avoir une activité physique (18%, 140)

A CAPITALISER DE FAÇON PRORITAIRE

- Être au contact de la nature (54%, 114)
- Se détendre, faire une pause, se déconnecter (51%, 92)
- Vous faire plaisir sans dépenser trop d'argent (34%, 98)
- Vous retrouvez à plusieurs, avec vos proches (famille, amis, ...) (33%, 98)

À DEVELOPPER POUR SE DIFFERENCIER

- Faire plaisir à vos enfants, vos petits-enfants (25%, 79)
- Voir des spectacles, visiter des musées, aller à des festivals (22%, 59)
- Faire quelque chose d'extraordinaire, d'insolite, d'exceptionnel (22%, 56)
- Vous divertir, vous amuser (jeux, bars / clubbing, parcs de loisirs) (16%, 84)
- Découvrir / développer un savoir-faire, une activité (cuisine, art, sport, langue, environnement, ...) (15%, 87)
- Vous dépasser, aller plus loin, vous lancer des défis (9%, 87)

A DEVELOPPER

- Découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures 53%, 59)
- Trouver du soleil, partir au soleil (31%, 85)
- Bien boire, bien manger (29%, 89)

COMMENT LIRE LA MATRICE ?
 Type de bénéfice recherché (% bénéfice recherché pour un prochain projet de vacances, coeff = bénéfice recherché à la montagne / bénéfice recherché pour un prochain projet de vacances)

Bénéfices recherchés pour des vacances en général

En %
 Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ

Bénéfices moyennement ou faiblement recherché pour un prochain projet de vacances

Bénéfices fortement recherchés pour un prochain projet de vacances

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'ÉTÉ ?

Imaginez un séjour à la montagne l'été.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ?

Quels bénéfices ?

Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ? Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

Quel budget ?





Une destination de famille

Les séjours de plus d'une semaine attirent une majorité

Avec qui partez-vous ?

64%



En couple

43%



Avec vos enfants

30%



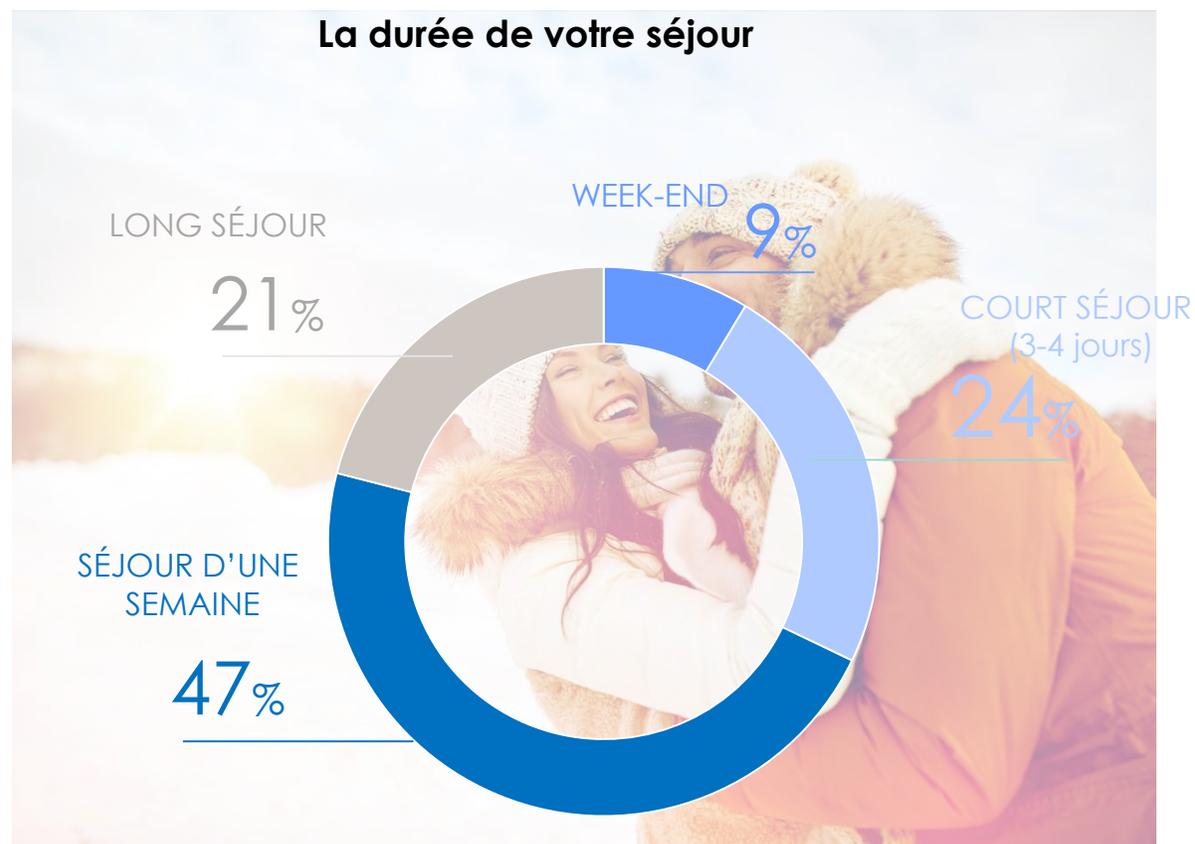
En couple sans enfants
ou petits-enfants

En couple sans enfants ou petits-enfants	30
Avec des amis	19
Avec d'autres membres de votre famille (parents, grands-parents, frères et sœurs, cousins, etc.)	18
Seul(e)	11
Avec vos petits-enfants	10
Avec vos animaux de compagnie	3
Avec des personnes que je ne connais pas à l'avance (voyage organisé)	1
Avec des collègues	1

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ

La durée de votre séjour





Une destination de famille

La durée des séjours varie d'un pays à l'autre

Avec qui partiriez-vous ?

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
En couple	67	64	67	66	66	69	65	74
En couple sans enfants ou petits-enfants	40	30	46	48	42	40	41	37
Avec vos enfants	33	43	25	22	29	40	32	41
Avec des amis	25	19	22	19	24	24	30	33
Avec d'autres membres de votre famille (parents, grands-parents, frères et soeurs, cousins, etc.)	17	18	12	13	21	16	17	23
Seul(e)	11	11	11	17	10	10	7	10
Avec vos petits-enfants	5	10	6	3	5	4	4	2
Avec vos animaux de compagnie	3	3	2	2	4	4	3	3
Avec des personnes que je ne connais pas à l'avance (voyage organisé)	2	1	3	3	2	3	1	1
Avec des collègues	2	1	2	2	2	2	2	3

La durée de votre séjour

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Week-end	10	9	13	11	2	4	16	16
Court séjour (3-4 jours)	29	24	37	30	15	18	37	41
Séjour d'une semaine	40	47	38	43	40	48	34	32
Long séjour (plus d'une semaine)	21	21	12	16	42	31	13	11

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'ÉTÉ ?

Imaginez un séjour à la montagne l'été.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ?

Quels bénéfices ?

Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ?
Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

Quel budget ?





Les Français veulent séjourner dans des villages à la montagne, où la place de la voiture est limitée

Le type de destination envisagé



UN VILLAGE
61%



**UNE STATION MOYENNE
OU DE HAUTE ALTITUDE**
38%

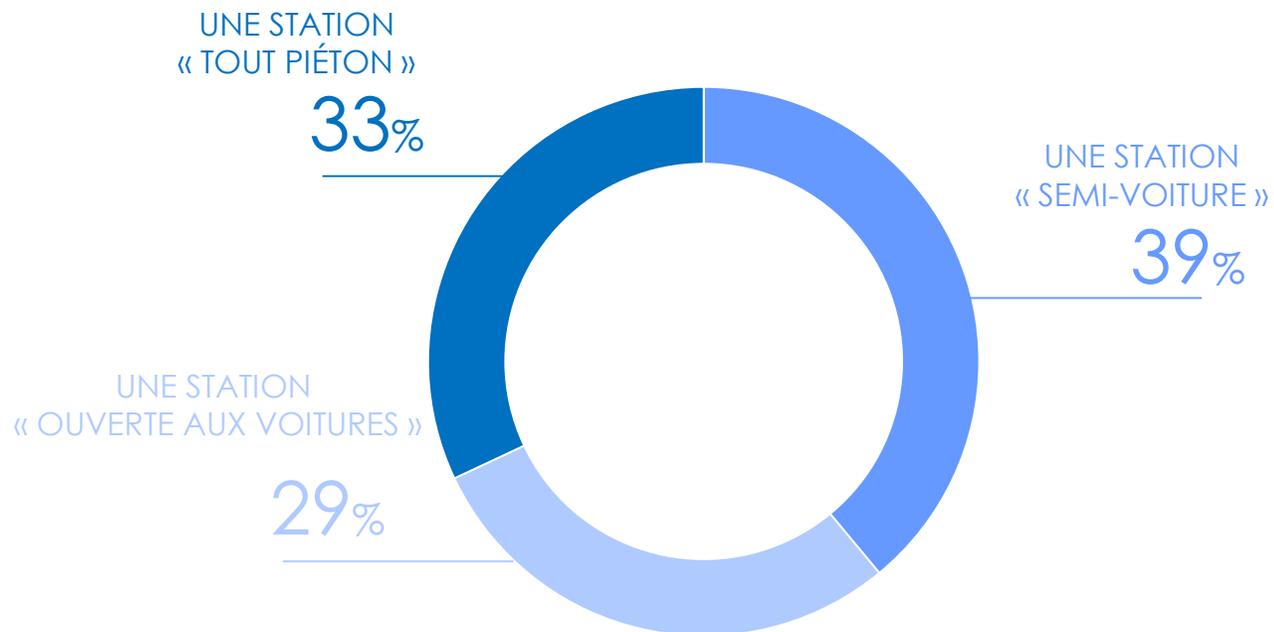


UNE PETITE VILLE
22%



EN PLEINE NATURE
15%

La place de la voiture dans la station





Les Européens plébiscitent les villages, et comme les Français, veulent limiter la place de la voiture

Le type de destination envisagé

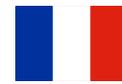
	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Un village	58	61	57	51	59	59	52	67
Une petite ville	34	22	45	52	37	36	25	22
En pleine nature (logements isolés, refuge, ...)	25	15	19	19	30	26	33	35
Une station de moyenne ou de haute altitude	24	38	22	9	26	31	28	14

La place de la voiture dans la station

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
UNE STATION « SEMI-VOITURE » où l'on peut circuler partout mais on se gare en périphérie (accès par télécabine, navette,	42	39	47	45	41	51	32	42
UNE STATION « OUVERTE AUX VOITURES » où l'on peut circuler et se garer partout	29	29	19	25	41	28	29	32
UNE STATION « TOUT PIÉTON » où seuls les véhicules de secours et les transports en communs sont autorisés. On se gare en	29	32	34	30	18	21	39	27

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ



Les Français recherchent une ambiance et des panoramas

Idéalement, cette destination offre



CRITÈRES PRIORITAIRES

- Une **ambiance montagnarde** (chalets, bâtiments en bois/pierre) 63%
- Des lieux qui offrent des **panoramas sur la montagne** 61%
- Des **places, des jardins, des lieux de promenade** 44%



CRITÈRES VALORISÉS

- Un **habitat écologique** (recours aux énergies renouvelables, ...) 29%
- Une facilité **d'accès en transports en commun** (trains, navettes, ...) depuis chez vous 28%
- Des **espaces de vie où l'on peut se retrouver**, se rassembler, assister à des événements/animations 26%



CRITÈRES DIFFERENCIANTS

- Des **lieux éphémères**, avec des structures facilement démontables (logements, bars, restaurants,...) 16%
- Une **architecture innovante, originale**, avec des matériaux modernes 12%

Ca n'a pas d'importance pour moi 7%

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ



Les Français recherchent une ambiance et des panoramas

Idéalement, cette destination offre



CRITÈRES
PRIORITAIRES

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Des lieux qui offrent des panoramas sur la montagne	72	61	76	69	74	77	68	79
Une ambiance montagnarde (chalets, bâtiments en bois/pierre)	51	63	51	34	56	44	65	46
Des places, des jardins, des lieux de promenade	48	44	48	56	46	51	47	47



CRITÈRES
VALORISÉS

Une facilité d'accès en transports en commun (trains, navettes, ...) depuis chez vous	31	28	40	35	29	27	28	27
Des espaces de vie où l'on peut se retrouver, se rassembler, assister à des événements/animations	23	26	19	25	22	21	27	26
Un habitat écologique (recours aux énergies renouvelables, ...)	23	29	24	13	23	23	18	34



CRITÈRES
DIFFÉRENCIANTS

Une architecture innovante, originale, avec des matériaux modernes	10	12	13	9	8	11	8	10
Des lieux éphémères, avec des structures facilement démontables (logements, bars, restaurants,...)	9	16	11	9	5	7	6	9
Ca n'a pas d'importance pour moi	5	7	4	6	5	4	4	2

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ



Les Français apprécient les marchés en été

Les services, événements ou activités qu'il est très important de trouver sur place :

Marchés de produits frais et locaux	59
Restaurants	58
Epicerie, supermarchés	53

**- 1 -
ESSENTIELS**

Lieux de vie en altitude, en pleine nature (cafés, bars, restaurants...)	41
Pharmacie	39
Événements en altitude (pique-nique, feux de camps, brunch, descente aux flambeaux, observation des étoiles, ski de soirée, etc.)	31
Magasins, lieux de shopping	28
Cafés/Salons de thé	24

**- 2 -
IMPORTANTES**

Spectacles, festivals, événements thématiques (musique, pour enfants, gastronomie, ...)	24
Centre de santé (médecin, kinésithérapeute, ostéopathe, ...)	22
Centre de bien-être et remise en forme (massages, séjours detox, balnéothérapie, cures, ...)	21
Magasins de location de matériel (vélo, ski, ...)	21
Cinéma	21
Expositions, arts, musées	18
Espaces de jeux pour les enfants	17
Bars (bars à vin, bars à cocktail, micro-brasseries, biergarten, pub, etc.)	16

**- 3 -
APPRECIÉS**

Salles de sport, espaces de musculation et de fitness	10
Clubs / bars où l'on peut danser	9
Événements sportifs (championnats, compétitions, etc.)	8
Salle de jeux (billard, jeux vidéo, réalité virtuelle, etc.)	8
Service de crèche, de garderie pour enfants	4
Espaces pour travailler, espaces de coworking	4
Autre	3

**LES PLUS,
POUR DES
CLIENTÈLES
CIBLÉES**



Les services, événements ou activités qu'il est très important de trouver sur place : analyse par profils

Les services, événements ou activités qu'il est très important de trouver sur place :

Individus attirés et qui fréquentent souvent (3 fois ou plus) la montagne en été

Même classement que le classement général France. → d'une manière générale, ils veulent plus de tout
Les chiffres sont par exemple significativement plus élevés pour les centres de santé : **27%** vs. 22% ou les marchés de producteurs **68%** vs. 59%

Individus attirés et qui fréquentent la montagne en été occasionnellement (1 à 2 fois)

Cinéma **29%** vs. 21%
Bars (bars à vin, bars à cocktail, micro-brasseries, pub, etc.) **19%** vs. 16%
Événements sportifs (championnats, compétitions, etc.) **11%** vs. 8%

Individus attirés mais qui ne fréquentent pas la montagne en été

Centre de santé (médecin, kinésithérapeute, ostéopathe, ...) **26%** vs. 22%
Centre de bien-être et remise en forme (massages, séjours détox, balnéothérapie, cures, ...) **24%** vs. 21%
Service de crèche, de garderie pour enfants **8%** vs. 4%



Les Européens valorisent avant tout les restaurants

Les services, événements ou activités qu'il est très important de trouver sur place :

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Restaurants	56	58	60	53	61	61	49	53
Marchés de produits frais et locaux	45	59	36	40	41	49	46	46
Epicerie, supermarchés	43	53	45	46	38	43	32	44
Lieux de vie en altitude, en pleine nature (cafés, bars, restaurants...)	33	41	26	42	27	35	37	26
Cafés/Salons de thé	31	24	51	28	20	31	29	35
Magasins, lieux de shopping	29	28	27	27	42	35	25	22
Pharmacie	26	39	16	20	13	30	33	33
Événements en altitude (pique-nique, feux de camps, brunch, descente aux flambeaux, observation des étoiles, ski de soirée, etc.)	23	31	20	21	21	21	32	17
Bars (bars à vin, bars à cocktail, micro-brasseries, biergarten, pub, etc.)	23	16	34	20	20	25	23	24
Centre de bien-être et remise en forme (massages, séjours détox, balnéothérapie, cures...)	20	21	19	20	12	21	30	14
Expositions, arts, musées	20	18	24	14	20	20	26	15
Magasins de location de matériel (vélo, ski, ...)	19	21	16	17	20	20	22	18
Espaces de jeux pour les enfants	16	17	14	12	17	21	14	18
Spectacles, festivals, événements thématiques (musique, pour enfants, gastronomie, ...)	16	24	15	6	11	13	25	17
Centre de santé (médecin, kinésithérapeute, ostéopathe, ...)	16	22	11	10	6	15	19	25
Cinéma	11	21	9	8	6	9	12	12
Événements sportifs (championnats, compétitions, etc.)	8	8	6	7	5	6	12	11
Clubs / bars où l'on peut danser	7	9	8	6	8	10	3	8
Salle de jeux (billard, jeux vidéo, réalité virtuelle, etc.)	7	8	11	5	6	6	6	9
Salles de sport, espaces de musculation et de fitness	7	10	7	4	6	11	6	5
Service de crèche, de garderie pour enfants	3	4	3	3		4	3	3
Espaces pour travailler, espaces de coworking	3	4	5	1	1	0	4	5
Autre	5	3	3	9	9	5	3	6

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'ÉTÉ ?

Imaginez un séjour à la montagne l'été.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ?

Quels bénéfices ?

Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

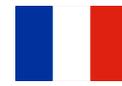
Dans quel type de station ?
Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

Quel budget ?





Les Français attendent des hébergement permettant d'accueillir entre 2 et 6 personnes

En comptant les personnes qui vous accompagnent et vous-même, combien de personnes l'hébergement doit-il accueillir ?



1 personne
6%



2 personnes
25%



3 à 4 personnes
44%



5 à 6 personnes
19%



7 à 8 personnes
3%



9 personnes ou plus
3%





Une grande partie des Britanniques et des Allemands recherchent des hébergements pour deux

En comptant les personnes qui vous accompagnent et vous-même, combien de personnes l'hébergement doit-il accueillir ?

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
1 personne	6	6	7	11	5	3	4	6
2 personnes	35	25	43	48	36	31	30	29
3 à 4 personnes	40	44	34	31	40	39	44	46
5 à 6 personnes	14	19	13	7	13	19	15	13
7 à 8 personnes	2	3	1	1	2	2	3	5
9 à 10 personnes	1	2	2	1	1	3	2	0
11 personnes et plus	1	1	0	1	2	3	1	1
DE 1 à 4 PERSONNES	6	6	7	11	5	3	4	6



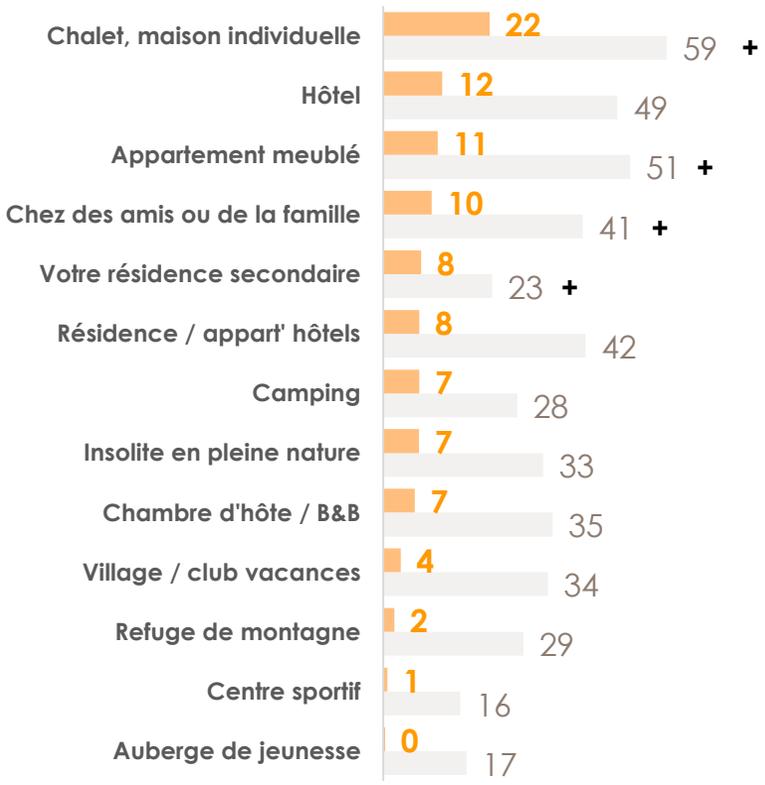


L'exception française se confirme en été : préférence pour le chalet ou la maison individuelle

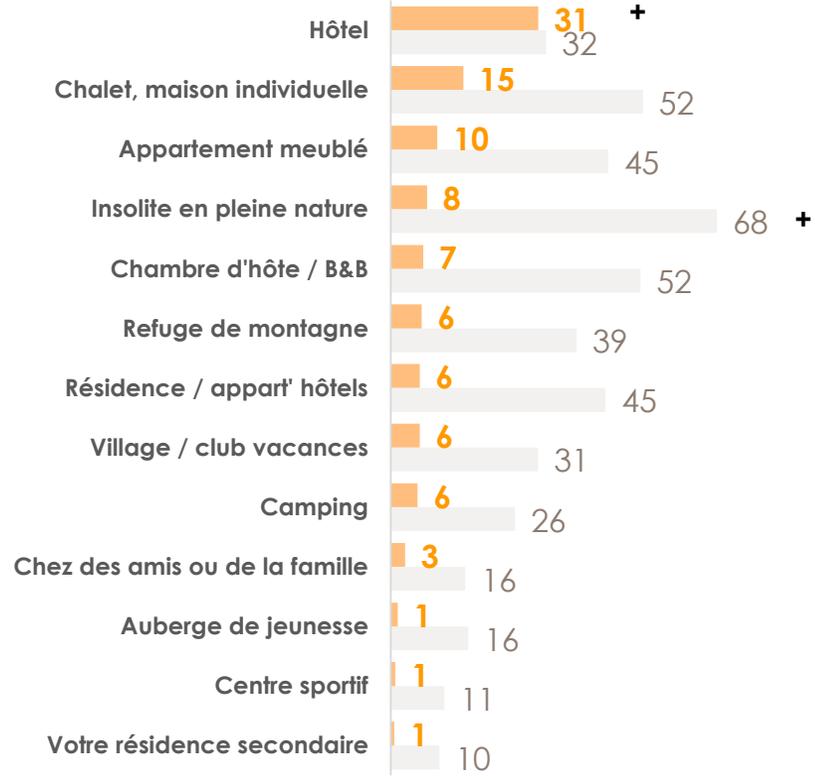
Hébergement préféré
 Hébergement envisageable
+ Hébergement + cité par les touristes de ce pays



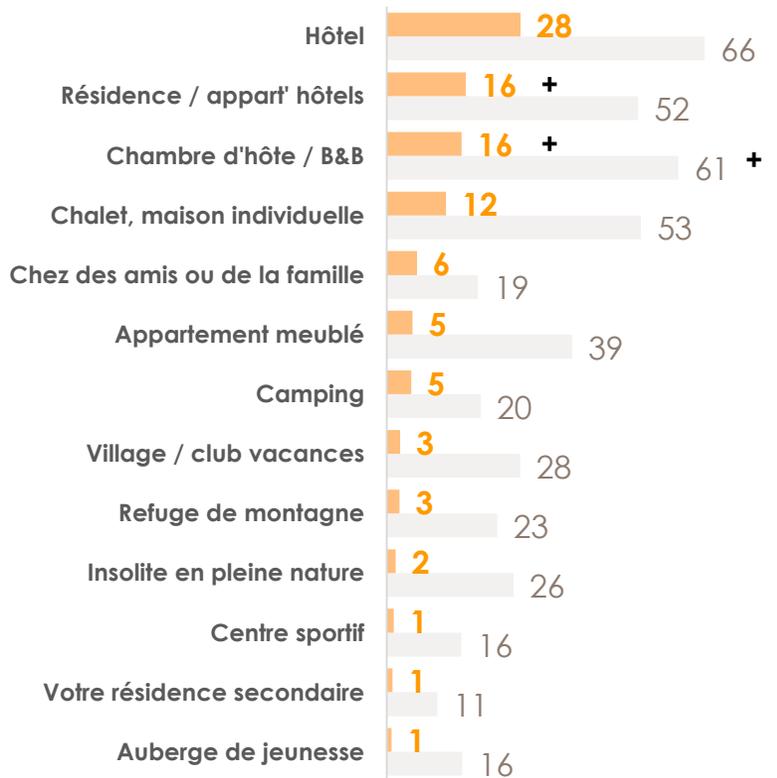
France



GB



Allemagne



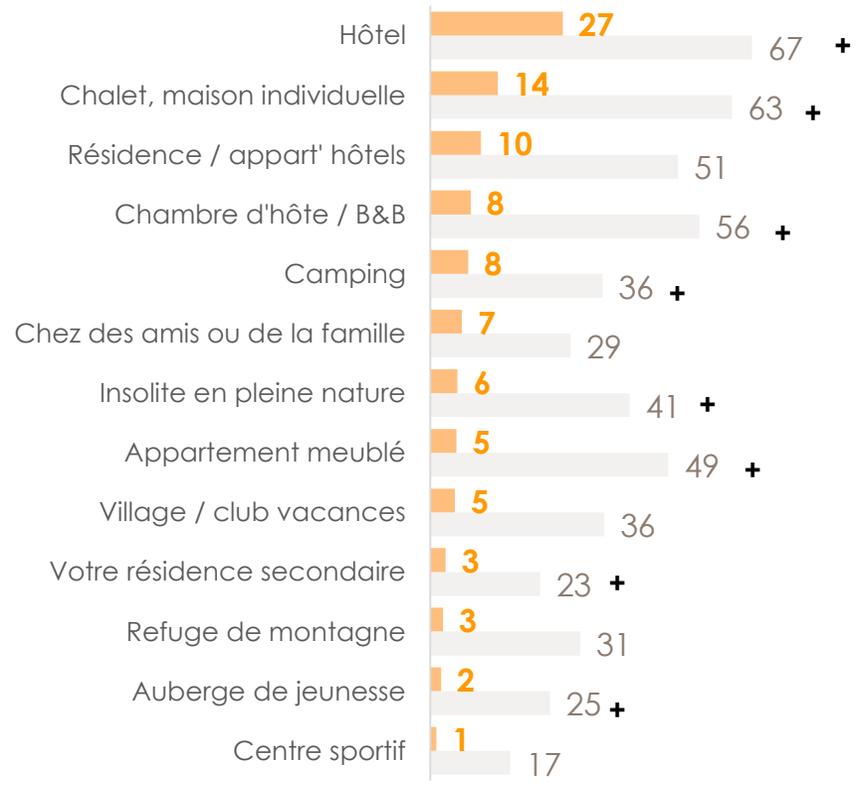
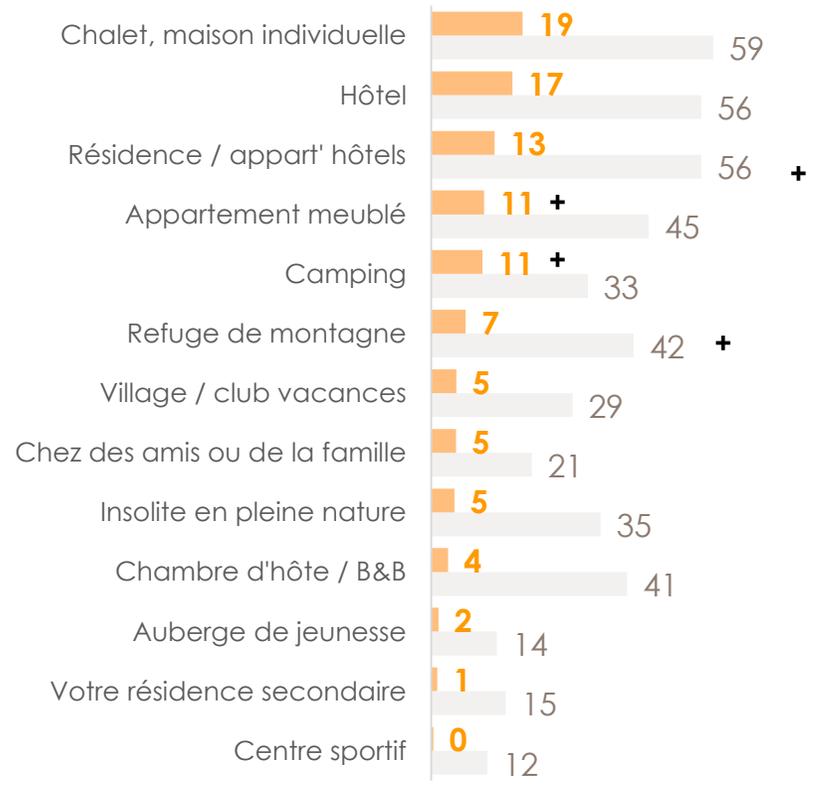
En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ



L'hôtel est préféré par les Belges

Hébergement préféré
 Hébergement envisageable
+ Hébergement + cité par les touristes de ce pays



En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ

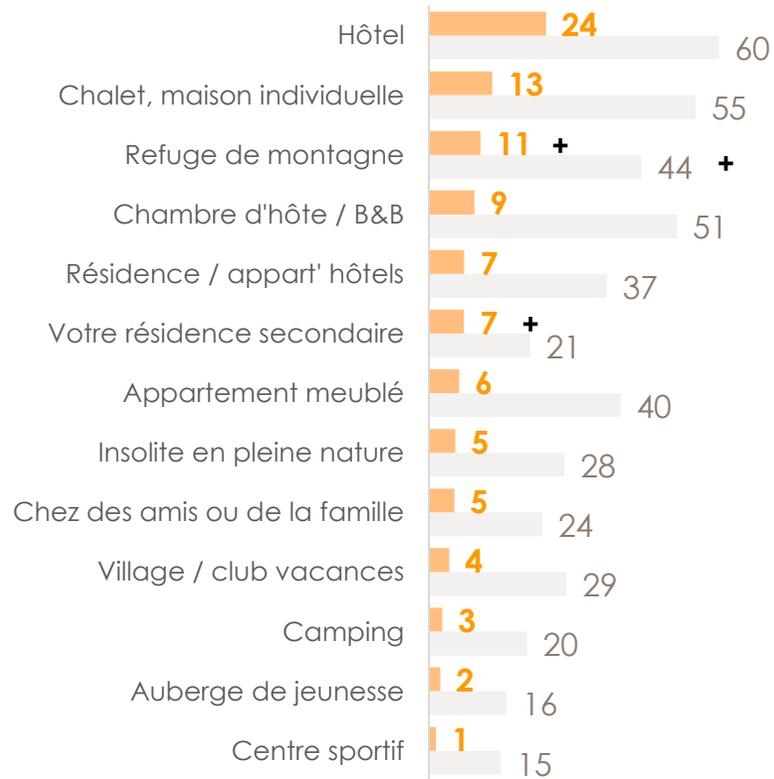


Italiens et Espagnols plébiscitent les hôtels

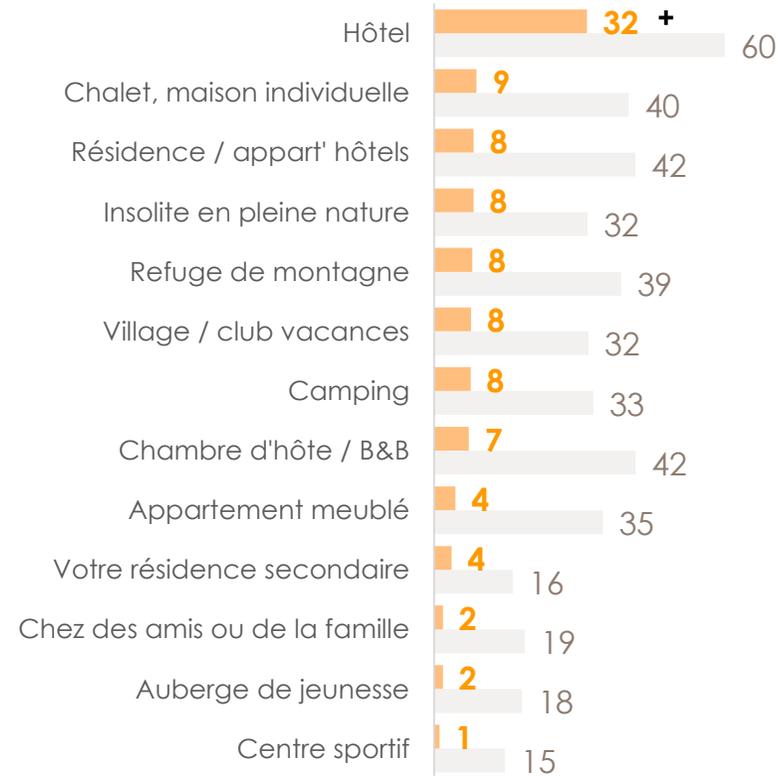
Hébergement préféré
 Hébergement envisageable
+ Hébergement + cité par les touristes de ce pays



Italie



Espagne



En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'ÉTÉ ?

Imaginez un séjour à la montagne l'été.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ?

Quels bénéfices ?

Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ? Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

Quel budget ?





Randonnées et balades sont de loin les activités qui attirent les Français

Quelles sont vos activités principales, celles que vous aimeriez faire en priorité? (4 réponses maximum)



Randonnée
59%



Balades,
promenades

55%



Découverte
de la nature,
de la faune et
de la flore

34%



Découverte du lieu,
des savoir-faire
locaux, rencontre
des artisans, etc.

18%



Baignade, activités
aqua-ludiques

16%



En plus des randonnées et balades, la découverte du lieu et les activités aqua-ludiques sont valorisées

Quelles sont vos activités principales, celles que vous aimeriez faire en priorité? (4 réponses maximum)

Quelles sont vos activités secondaires, celles que vous aimeriez faire occasionnellement lors votre séjour ? (plusieurs réponses possibles)



RANDO / COURSES / BALADES	principales	occasionnelles
Randonnée	59	23
Balades, promenades	55	23
Vélo (VTT, vélo électrique, Fat bike, etc.)	14	18
Running, trail	06	07
Equitation	04	12



DECOUVERTE / APPRENTISSAGE	principales	occasionnelles
Découverte de la nature, de la faune et de la flore	34	20
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	18	21
Apprentissage d'un savoir-faire du type cuisine, poterie, peinture, etc.	04	09



ACTIVITES AVENTURE	principales	occasionnelles
Alpinisme, escalade, via ferrata	08	13
Sports d'eaux-vive (canyoning, rafting,..)	07	18
Sports motorisés (quad, etc.)	04	10
Parapente	03	11
Spéléologie	02	10



ACTIVITES LUDIQUES / PARKS	principales	occasionnelles
Baignade, activités aqua-ludiques	16	22
Luge	14	11
Jeux et parcours aventure (jeux gonflables, trampoline, tyrolienne, accrobranche...)	05	16
Parc dédié à l'escalade (murs, blocpark)	05	07
Parc dédié à la glisse (snowpark, skatepark)	03	08



ACTIVITES LACS / RIVIERES	principales	occasionnelles
Pêche	06	11
Activités sur des lacs (paddle, canoë, kayak...)	05	18



ACTIVITES BIEN-ÊTRE ET DETENTE	principales	occasionnelles
Balnéothérapie, spa, sauna, hammam	08	17
Activités « Forme et bien-être » : yoga, fitness, pilates, tai-chi	03	11

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ

En gras : activités citées par au moins 20% des touristes



ACTIVITÉS

Individus attirés et qui fréquentent souvent (3 fois ou plus) la montagne en été

	principales	occasionnelles
Randonnée	66	23
Balades, promenades	58	22
Baignade, activités aqua-ludiques	15	29
Vélo (VTT, vélo électrique, Fat bike, etc.)	16	24
Balnéothérapie, spa, sauna, hammam	13	21
Sports d'eaux-vives (canyoning, rafting, ...)	10	22
Alpinisme, escalade, via ferrata	10	18
Parapente	7	14
Apprentissage d'un savoir-faire du type cuisine, poterie, peinture, etc.	5	12
Activités « Forme et bien-être » : yoga, fitness, pilates, tai-chi	4	17
Running, trail	7	10

ACTIVITÉS

Individus attirés et qui fréquentent la montagne en été occasionnellement (1 à 2 fois)

	principales	occasionnelles
Randonnée	62	23
Balades, promenades	60	22
Découverte de la nature, de la faune et de la flore	39	29
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	30	24
Vélo (VTT, vélo électrique, Fat bike, etc.)	21	21
Baignade, activités aqua-ludiques	20	22
Sports d'eaux-vives (canyoning, rafting, ...)	11	18
Sports motorisés (quad, etc.)	7	14
Activités sur des lacs (paddle, canoë, kayak, ...)	7	27
Equitation	6	13

ACTIVITÉS

Individus attirés mais qui ne fréquentent pas la montagne en été

	principales	occasionnelles
Randonnée	48	19
Balades, promenades	47	24
Luge	18	9
Parc dédié à l'escalade (murs, blocpark)	9	6
Activités sur des lacs (paddle, canoë, kayak, ...)	8	13
Parc dédié à la glisse (snowpark, skatepark)	6	10
Sports motorisés (quad, etc.)	4	13
Spéléologie	5	14

Vs. Total Français attirés par la montagne l'été

En %

Base Touristes attirés par la montagne en HIVER

Les activités sélectionnées sont surreprésentées par rapport aux touristes Français au global ou ont un score >50% en activités principales



Randonnées et balades sont de loin les activités qui attirent les Européens

TOP5 ACTIVITES PRINCIPALES – TOUS PAYS CONFONDUS



Randonnée

59%



Balades,
promenades

55%



Découverte
de la nature,
de la faune et
de la flore

39%



Découverte du lieu,
des savoir-faire
locaux, rencontre
des artisans, etc.

18%



Vélo (VTT, vélo
électrique, Fat
bike, etc.)

15%



Randonnées et balades sont de loin les activités qui attirent les Européens

Quelles sont vos activités principales, celles que vous aimeriez faire en priorité? (4 réponses maximum)



RANDO	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Randonnée	59	59	44	59	69	71	46	64
Balades, promenades	55	55	50	51	48	54	69	54
Vélo (VTT, vélo électrique, Fat bike, etc.)	15	14	10	14	14	16	20	15
Running, trail	5	6	4	6	5	3	7	6
Equitation	4	4	5	4	5	3	5	5



ACTIVITÉS AVENTURE	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Alpinisme, escalade, via ferrata	10	8	7	13	12	8	6	14
Sports d'eaux-vives (canyoning, rafting, ...)	5	7	4	2	6	7	2	7
Spéléologie	4	2	1	5	1	1	3	13
Sports motorisés (quad, etc.)	4	4	3	4	4	4	3	3
Parapente	2	3	2	1	2	4	3	0



ACTIVITÉS LACS / RIVIÈRES	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Pêche	5	6	4	3	4	3	7	6
Activités sur des lacs (paddle, canoë, kayak, ...)	4	5	4	3	4	7	3	5

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ



La découverte de la nature est un levier d'attractivité important

Quelles sont vos activités principales, celles que vous aimeriez faire en priorité? (4 réponses maximum)



DÉCOUVERTE / APPRENTISSAGE	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Découverte de la nature, de la faune et de la flore	39	34	33	43	44	42	40	35
Découverte du lieu, des savoir-faire locaux, rencontre des artisans, etc.	18	18	24	8	16	21	25	15
Apprentissage d'un savoir-faire du type cuisine, poterie, peinture, etc.	3	4	3	1	1	1	4	3



ACTIVITÉS LUDIQUES / PARKS	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Baignade, activités aqua-ludiques	14	16	12	12	18	21	7	12
Luge	9	14	11	11	4	6	8	7
Parc dédié à l'escalade (murs, blocpark)	5	5	6	4	6	4	6	6
Parc dédié à la glisse (snowpark, skatepark)	4	3	6	4	2	4	2	4
Jeux et parcours aventure (jeux gonflables, trampoline, tyrolienne, accrobranche,...)	3	5	4	3	2	4	2	3



ACTIVITÉS BIEN-ÊTRE ET DÉTENTE	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Balnéothérapie, spa, sauna, hammam	9	8	7	5	6	12	14	12
Activités « Forme et bien-être » : yoga, fitness, pilates, tai-chi	4	3	6	2	2	4	6	3

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ

QUEL SÉJOUR IDÉAL À LA MONTAGNE L'ÉTÉ ?

Imaginez un séjour à la montagne l'été.
Nous allons parler de tout ce qui en ferait un séjour réussi.

Quelle est l'expérience recherchée ?

Quels bénéfices ?

Avec qui partez-vous et pour combien de temps ?

Dans quel type de station ? Quels sont les services qu'on y trouve ?

Dans quel type d'hébergement ?

Quelles activités pratiquez-vous ?

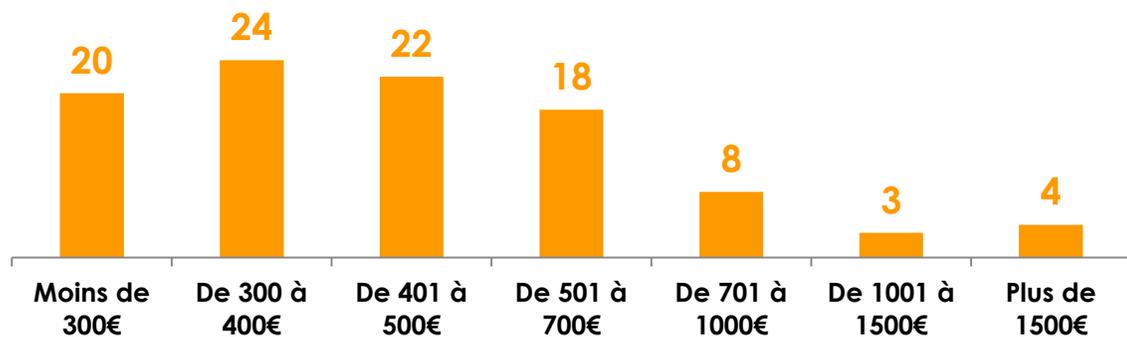
Quel budget ?





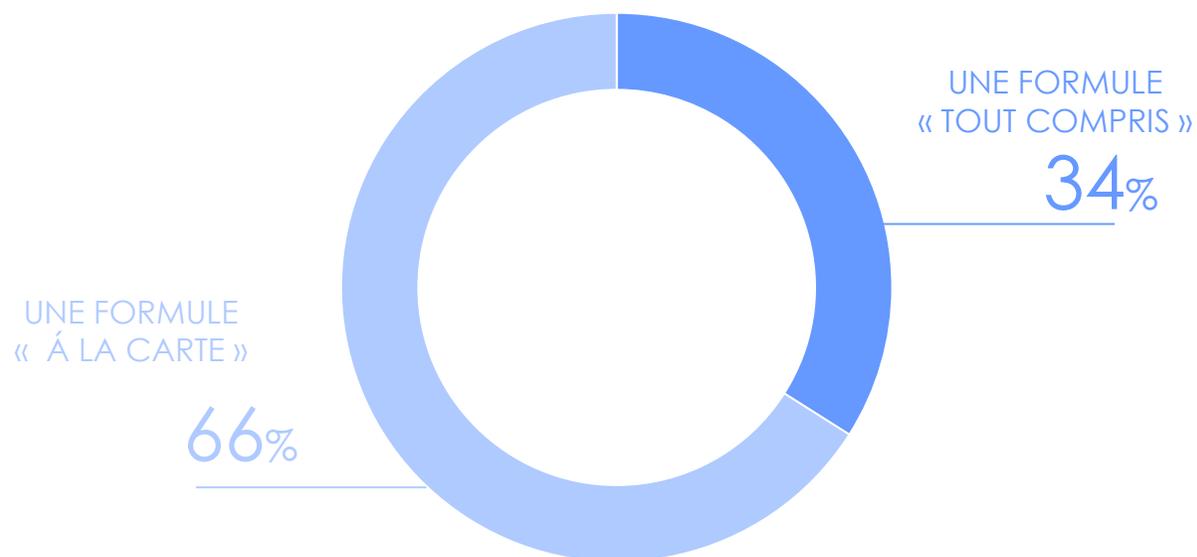
Budget et formule

Et selon-vous, quel est le juste prix par personne pour ce séjour (inclure le transport, l'hébergement, les activités, la location de matériel, la nourriture, etc.)?



BUDGET MOYEN = 505€

Et pour finir, pour ce séjour à la montagne, vous préférez ...





Budget et formule

Et selon-vous, quel est le juste prix par personne pour ce séjour (inclure le transport, l'hébergement, les activités, la location de matériel, la nourriture, etc.)?

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Moins de 300€	17	20	10	15	8	16	27	25
De 300 à 400€	19	24	17	14	14	17	23	25
De 401 à 500€	22	22	22	24	28	19	18	20
De 501 à 700€	19	18	22	21	23	22	13	14
De 701 à 1000€	12	8	14	15	12	18	9	7
De 1001 à 1500€	7	3	11	7	10	5	6	4
Plus de 1500€	4	4	4	4	4	3	4	4
BUDGET MOYEN	556€	505€	632€	590€	624€	567€	497€	489€

Et pour finir, pour ce séjour à la montagne, vous préférez ...

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
A la carte, en fonction de mes envies, de mes besoins	65	66	63	67	68	65	67	64
Une formule tout compris (hébergement, activités, ...)	35	34	37	33	32	35	33	36

En %

Base Touristes attirés par la montagne en ÉTÉ

NOUS AVONS TESTÉ L'ATTRACTIVITÉ DE 6 CONCEPTS DE DESTINATIONS À LA MONTAGNE AUPRÈS DES TOURISTES ATTIRÉS PAR LA MONTAGNE

Nous avons demandé aux touristes intéressés par la montagne de donner une note de 1 à 5 à chaque type de destination, quelle que soit la saison. 1 signifie que le concept ne les attire pas du tout, 5 signifie que le concept les attire beaucoup. Les notes intermédiaires leur permettaient de nuancer leur jugement.

Les 6 concepts testés

Voici plusieurs types de destination possibles pour un séjour à la montagne en toutes saisons (printemps, été, automne, hiver).

Pour chacune, merci de donner une note de 1 à 5.

5 signifie que ce type de destination vous attire beaucoup. 1 signifie que ce type de destination ne vous attire pas du tout. Les notes intermédiaires vous permettent de nuancer votre jugement.



UNE DESTINATION DÉTENTE ET BIEN-ÊTRE

Ce lieu donne accès à des activités, des équipements et des services qui permettent de se ressourcer et de se remettre en forme tout en se faisant plaisir. On peut y pratiquer des activités sportives (randonnée, ski, sports doux, piscine, ...) et s'y refaire une santé (soins, massages, retraites, stages, yoga, cures, conseils nutritionnels, ...)



UNE DESTINATION ÉCO-RESPONSABLE

Ce lieu affiche des partis pris écologiques et responsables (énergies renouvelables, hébergements éco-responsables, place limitée de la voiture, approvisionnement en circuits courts...). Des activités permettent notamment de découvrir un mode de vie respectueux de la nature (découverte de la faune, de la flore, fermes pédagogiques, ...)



UNE DESTINATION SPORTS INTENSES EN PLEINE NATURE

Ce lieu propose des activités permettant la pratique de sports en pleine nature. On a la possibilité d'explorer la montagne et ses reliefs. On y trouve des experts : locaux, guides et spécialistes du sport (kiné, masseurs, ostéo...) qui apportent leurs conseils pour une meilleure expérience de la montagne.



UNE DESTINATION FUN

Ce lieu permet de découvrir et de perfectionner la pratique de nouveaux sports et de nouvelles activités (nouvelles glisses avec espaces sécurisés du type snowpark ou border-cross, murs d'escalades, centres aqua-ludiques,...). On y trouve des événements et des lieux conviviaux (salles de jeux, bars, espaces barbecue, festivals, clubbing, ...) pour partager de bons moments entre amis ou en famille



UNE PETITE VILLE À LA MONTAGNE

Ce lieu offre les avantages d'une petite ville dynamique et connectée, dans un environnement de montagnes. Accessible depuis les grandes gares ou aéroports, on peut venir s'y reposer, y faire du sport, y travailler, y faire du shopping. On y trouve de bons cafés, restaurants, des expositions, des événements. Les jours où l'on veut aller plus au contact de la nature, on accède facilement à des stations de plus haute altitude via des téléphériques ou des transports en communs.



UNE DESTINATION FAMILIALE

Ce lieu offre une diversité d'activités dans un lieu à taille humaine. On y trouve les activités de montagne traditionnelles auxquelles on peut facilement s'initier (randonnées, ski, raquettes...) mais aussi des équipements et des services dédiés aux familles (cours, piscine, ateliers, jeux...). On y croise parents, enfants, ados, grands-parents, couples ou amis qui veulent passer un séjour tranquille et convivial

Quels sont les concepts les plus attractifs ?

1

Type de destination **TRÈS ATTRACTIVE** quel que soit le pays

Une très large majorité lui attribue une note de 4 ou 5



UNE PETITE VILLE À LA MONTAGNE



2

Types de destination **ATTRACTIVE** quel que soit le pays

Une majorité lui attribue une note de 4 ou 5



UNE DESTINATION DÉTENTE ET BIEN-ÊTRE



UNE DESTINATION ÉCO-RESPONSABLE



UNE DESTINATION FAMILIALE



3

Types de destination **ATTRACTIVE pour certaines populations** (l'attractivité varie selon les types de clientèles : nationalités, valeurs,...)



UNE DESTINATION FUN



UNE DESTINATION SPORTS INTENSES EN PLEINE NATURE



% de touristes ayant donné une note de 4 ou 5 au concept

Base Touristes attirés par la montagne

Quels sont les concepts les plus attractifs ?

Voici plusieurs types de destination possibles pour un séjour à la montagne en toutes saisons (printemps, été, automne, hiver).

Pour chacune, merci de donner une note de 1 à 5.

5 signifie que ce type de destination vous attire beaucoup. 1 signifie que ce type de destination ne vous attire pas du tout. Les notes intermédiaires vous permettent de nuancer votre jugement.

% de touristes ayant donné une note de 4 ou 5 au concept

	EUROPE	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
Destination très attractive								
UNE PETITE VILLE À LA MONTAGNE	75	70	74	70	68	77	83	79
Destination attractive								
UNE DESTINATION DÉTENTE ET BIEN-ÊTRE	61	64	52	57	45	61	70	77
UNE DESTINATION ÉCO-RESPONSABLE	58	61	53	54	48	53	67	71
UNE DESTINATION FAMILIALE	54	65	41	44	47	56	58	63
Destination nécessitant une approche plus ciblée								
UNE DESTINATION FUN	46	46	39	39	45	46	54	52
UNE DESTINATION SPORTS INTENSES EN PLEINE NATURE	34	42	27	26	31	32	37	44



LE SEJOUR IDEAL DECONNECTER AU CONTACT DE LA NATURE

- **DEUX ATTENTES PRIORITAIRES pour les touristes** (bénéfices largement recherchés pour des projets de vacances) auxquelles la destination montagne répond bien (forte légitimité) et sur lesquelles capitaliser : le **contact avec la nature** et la **déconnexion / la détente**
- **QUATRE BÉNÉFICES PRIORITAIRES À DÉVELOPPER ou à mettre en avant car très recherchés mais PAS SUFFISAMMENT ASSOCIÉS À LA MONTAGNE**
 - **La découverte de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures** : où trouver des lieux à la montagne avec une « personnalité », du « caractère » ? (à l'inverse de l'uniformisation, de la standardisation des lieux)
 - **L'occasion de se retrouver à plusieurs** en famille, entre amis : où trouver des lieux, hébergements, structures, une atmosphère favorisant la convivialité, la possibilité de passer un moment ensemble ?
 - **Bien boire, bien manger** : où se faire plaisir à la montagne que l'on soit bon vivant, fêtard ou fin gastronome ?
 - **Trouver du soleil**, partir au soleil : où trouver les stations de montagne les plus ensoleillées ?
- **DEUX ATOUS SPÉCIFIQUES à la destination Montagne (avantages concurrentiels)** quoi que ne faisant pas partie des attentes prioritaires pour les vacances :
 - **se refaire une santé, retrouver la forme**
 - **avoir une activité physique, et se dépenser**
- **UNE ÉQUATION À RÉSOUDRE : la question du plaisir à prix raisonnable, sans trop dépenser**



LE SEJOUR IDÉAL
LA RECHERCHE D'UNE
STATION VIVANTE ET
CONVIVIALE,
À TAILLE HUMAINE

- **Les touristes veulent séjourner dans une station vivante à mi-chemin entre le village et la « petite ville »** (présence de lieux de vie et de convivialité : restaurants, de marchés, de lieux de vie en altitude...)
- Les **panoramas sur la montagne** depuis la station sont clés, la recherche d'une **ambiance spécifique au lieu**, les places, promenades dans la station apparaissent comme des éléments importants.
- **La place de la voiture doit être limitée** : une majorité se prononce pour des stations « semi-voiture » ou « tout piéton ».
- Si la France plébiscite les locations meublées, la plupart des **Européens préfèrent l'hôtel**
- Le **format standard d'une semaine de séjour n'attire que la moitié** des touristes, l'hiver comme l'été.



03

LES HÉBERGEMENTS :
PLUS DE CONFORT DANS LES ESPACES
PRIVATIFS



Nous avons demandé aux touristes intéressés par la montagne d'imaginer l'hébergement où ils aimeraient séjourner à la montagne.

Pour chaque caractéristique concernant les espaces privés, les espaces communs et les services à disposition, ils devaient indiquer dans quelle mesure elle est pour eux :

- Primordiale
- bien mais pas essentielle
- pas ou peu importante



ESPACES PRIVATIFS : la literie, priorité n°1

% de touristes jugeant la caractéristique primordiale



ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS

Primordiaux pour moins de 33%

- Une décoration agréable 25%



ÉLÉMENTS VALORISÉS

Primordiaux pour 33% à 50%

- Un espace extérieur (balcon, terrasse, jardin) 42%
- Une connexion haut-débit (wifi ou autre) 41%
- Des équipements audio et vidéo (TV, enceintes...) 37%



ÉLÉMENTS INDISPENSABLES

Primordiaux pour plus de 50%

- **Une literie récente et confortable 65%**
- Des toilettes séparées 59%
- Un espace cuisine 58%
- Une chambre pour chacun (couple, enfants, célibataire...) 57%
- Un espace où laver ou faire sécher ses affaires 51%
- Une grande pièce à vivre 49%



En %

Base Touristes attirés par la montagne



ESPACES PRIVATIFS : la literie, priorité n°1

% de touristes ayant déclaré que la caractéristique est primordiale

	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
--	-------	----	----	-----	----	-----	----	-----

ÉLÉMENTS INDISPENSABLES = ou > 50%

Une literie récente et confortable	60	65	55	47	73	57	59	64
Une chambre pour chacun (couple, enfants, célibataire...)	54	57	58	52	56	57	40	53
Des toilettes séparées	50	59	55	32	57	60	41	49
Un espace cuisine	49	58	53	37	56	50	41	48

ÉLÉMENTS VALORISÉS entre 31% et 50%

Un espace extérieur (balcon, terrasse, jardin)	41	42	41	38	40	42	44	43
Une connexion haut-débit (wifi ou autre)	40	41	40	35	40	40	45	39
Un espace où laver ou faire sécher ses affaires	40	51	47	34	31	36	38	42
Une grande pièce à vivre	31	49	33	20	26	32	24	29

ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS < 31%

Des équipements audio et vidéo (TV, enceintes...)	28	37	26	26	20	25	40	26
Une décoration agréable	22	25	31	13	11	33	24	20



Que faut-il améliorer dans les espaces privés des hébergements en France ?

Pour les éléments qui sont primordiaux pour vous, quels sont ceux qui devraient vraiment être améliorés à la montagne en France ?





ESPACES COMMUNS : un local pour les équipements et des lieux pour se détendre sont très valorisés

% de touristes jugeant la caractéristique primordiale



ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS

Primordiaux pour moins de 33%

- Un espace pour les enfants / les ados, où ils peuvent se retrouver, jouer 31%
- Des espaces extérieurs partagés (balcons, terrasses, jardins) 30%
- Un espace partagé pour cuisiner, réchauffer des plats 29%
- Des espaces pour se divertir (salles de jeu, salle TV avec diffusion de programmes sportifs, films...) 28%
- Un bar convivial et ouvert tard 26%
- Une piscine 23%
- Un espace spa, sauna, jacuzzi, hammam 22%
- Une salle de sport et de fitness 14%
- Des espaces pour travailler 14%



ÉLÉMENTS VALORISÉS

Primordiaux pour 33% à 50%

- **Un local où ranger ses équipements (vélo, ski,...) 41%**
- **Des espaces pour se détendre, être au calme (salons, canapés...) 38%**
- Un espace buanderie (machines à laver, sèche-linge...) 35%
- Un espace partagé pour manger 33%



ÉLÉMENTS INDISPENSABLES

Primordiaux pour plus de 50%





ESPACES COMMUNS : les Européens veulent en priorité des lieux pour se détendre

% de touristes ayant déclaré que la caractéristique est primordiale



ÉLÉMENTS INDISPENSABLES > 50%

Pas d'élément relatif aux espaces communs jugés primordial par plus de 50%



ÉLÉMENTS VALORISÉS entre 33% et 50%

Des **espaces pour se détendre**, être au calme (salons, canapés...)

Un **local où ranger ses équipements** (vélo, ski,...)



ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS < 33%

Un **bar** convivial et ouvert tard

Un espace **buanderie** (machines à laver, sèche-linge, ...)

Des **espaces extérieurs partagés** (balcons, terrasses, jardins)

Un **espace pour les enfants / les ados**, où ils peuvent se retrouver, jouer

Un **espace partagé pour manger**

Une **piscine**

Un espace **spa**, sauna, jacuzzi, hammam

Un **espace partagé pour cuisiner**, réchauffer des plats

Des **espaces pour se divertir** (salles de jeu, salle TV avec diffusion de programmes sportifs, films...)

Une **salle de sport et de fitness**

Des espaces pour **travailler**

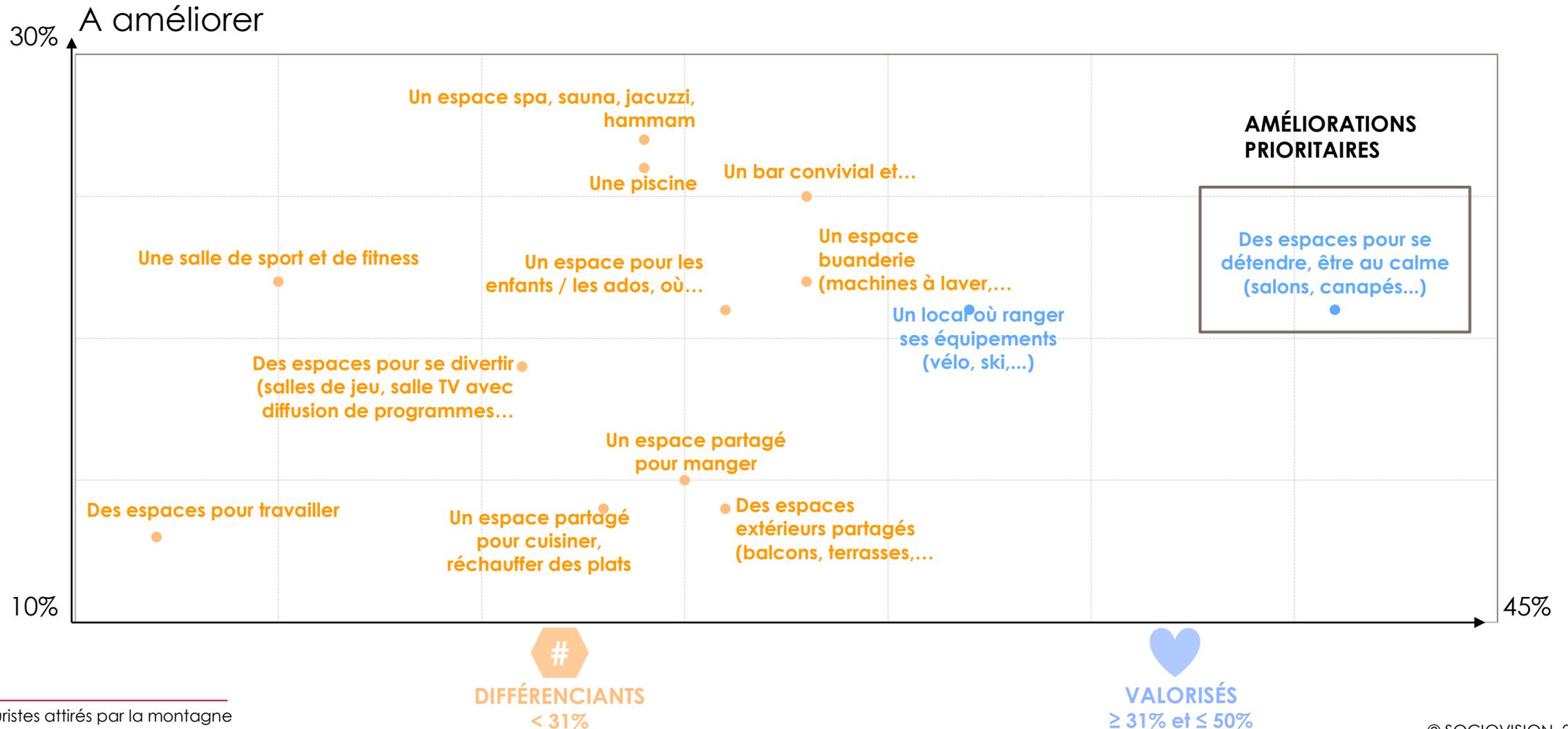
	Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
ÉLÉMENTS INDISPENSABLES > 50%								
Pas d'élément relatif aux espaces communs jugés primordial par plus de 50%								
ÉLÉMENTS VALORISÉS entre 33% et 50%								
Des espaces pour se détendre , être au calme (salons, canapés...)	41	38	47	32	28	40	47	51
Un local où ranger ses équipements (vélo, ski,...)	32	41	25	27	27	34	34	33
ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS < 33%								
Un bar convivial et ouvert tard	28	26	35	16	21	28	35	37
Un espace buanderie (machines à laver, sèche-linge, ...)	28	35	33	21	22	24	29	29
Des espaces extérieurs partagés (balcons, terrasses, jardins)	26	30	26	23	19	26	28	31
Un espace pour les enfants / les ados , où ils peuvent se retrouver, jouer	26	31	21	17	21	27	30	33
Un espace partagé pour manger	25	33	27	21	16	22	29	29
Une piscine	24	23	27	17	25	29	21	28
Un espace spa , sauna, jacuzzi, hammam	24	22	25	21	17	25	30	26
Un espace partagé pour cuisiner , réchauffer des plats	23	29	26	20	16	23	23	27
Des espaces pour se divertir (salles de jeu, salle TV avec diffusion de programmes sportifs, films...)	21	28	24	16	15	19	25	24
Une salle de sport et de fitness	15	14	18	10	12	17	19	17
Des espaces pour travailler	12	14	14	08	10	09	12	15

En %

Base Touristes attirés par la montagne

Que faut-il améliorer dans les espaces communs des hébergements en France ?

Pour les éléments qui sont primordiaux pour vous, quels sont ceux qui devraient vraiment être améliorés à la montagne en France ?





Hébergement à la montagne

LES SERVICES À DISPOSITION

% de touristes jugeant la caractéristique primordiale



ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS

Primordiaux pour moins de 33%

- La possibilité de se faire livrer des courses sur le lieu d'hébergement 22%
- L'accès à des contenus audiovisuels (ex : plateforme de streaming type Netflix, Amazon, prime video) 21%
- Un service de conciergerie (ménage, blanchisserie, baby-sitter, taxi...) 19%
- Un service voiturier, bagagiste (lors de votre arrivée, de votre départ...) 17%



ÉLÉMENTS VALORISÉS

Primordiaux pour 33% à 50%

- **Un service de navette à l'intérieur de la station et vers les lieux d'activités 47%**
- **Des conseils ou informations sur les activités à faire, les lieux à visiter, les événements, ... 44%**
- Un pass activités, qui permet de faire des économies (tarifs réduits, accès illimité à certaines activités) 43%
- Une restauration disponible à toute heure (sur place ou en livraison) 38%
- La possibilité de réserver / louer en avance mon équipement pour que tout soit prêt quand j'arrive (vélo, ski, ...) 35%



ÉLÉMENTS INDISPENSABLES

Primordiaux pour plus de 50%



En %

Base Touristes attirés par la montagne



Hébergement à la montagne

LES SERVICES À DISPOSITION

% de touristes ayant déclaré que la caractéristique est primordiale

Total	FR	GB	ALL	PB	BEL	IT	ESP
-------	----	----	-----	----	-----	----	-----

ÉLÉMENTS INDISPENSABLES > 50%

Pas d'élément relatif aux espaces communs jugés primordial par plus de 50%

ÉLÉMENTS VALORISÉS entre 33% et 50%

Des **conseils ou informations** sur les activités à faire, les lieux à visiter, les événements, ...

38	44	38	30	32	39	40	46
----	-----------	----	-----------	-----------	----	----	-----------

Un service de **navette** à l'intérieur de la station et vers les lieux d'activités

36	47	34	27	29	35	42	37
----	-----------	----	-----------	-----------	----	-----------	----

ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS < 33%

Un **pass activités**, qui permet de faire des économies (tarifs réduits, accès illimité à certaines activités)

32	43	27	24	23	33	41	35
----	-----------	-----------	-----------	-----------	----	-----------	----

La possibilité de **réserver / louer en avance** mon équipement pour que tout soit prêt quand j'arrive (vélo, ski, ...)

28	35	28	18	23	29	32	32
----	-----------	----	-----------	-----------	----	-----------	----

Une **restauration disponible à toute heure** (sur place ou en livraison)

27	38	30	13	14	30	30	37
----	-----------	----	-----------	-----------	----	----	-----------

Un service de **conciergerie** (ménage, blanchisserie, baby-sitter, taxi...)

19	19	18	12	14	14	27	28
----	----	----	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

La possibilité de se faire livrer des courses sur le lieu d'hébergement

17	22	18	13	14	15	17	20
----	-----------	----	-----------	----	----	----	----

L'accès à des contenus audiovisuels (ex : plateforme de streaming type Netflix, Amazon, prime video)

16	21	19	10	13	14	20	17
----	-----------	----	-----------	-----------	----	-----------	----

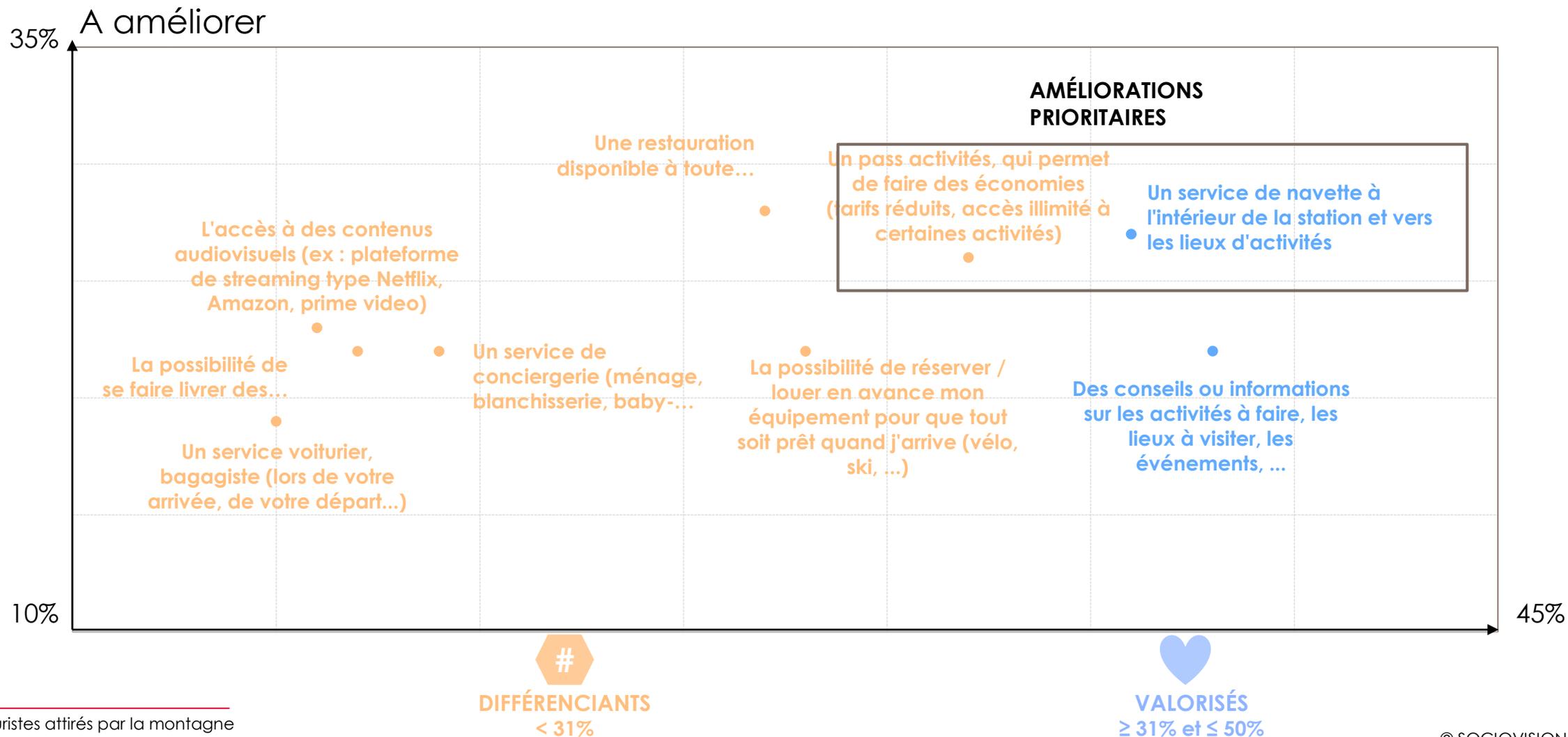
Un service voiturier, bagagiste (lors de votre arrivée, de votre départ...)

15	17	16	12	11	13	23	16
----	----	----	-----------	-----------	----	-----------	----



Que faut-il améliorer en matière de services dans les hébergements en France ?

Pour les éléments qui sont primordiaux pour vous, quels sont ceux qui devraient vraiment être améliorés à la montagne en France ?



Les prérequis d'un hébergement satisfaisant

● LES ESSENTIELS DES ESPACES PRIVATIFS

1. Une literie récente et confortable
2. Une chambre pour chacun (couple, enfants, célibataire...)
3. Des toilettes séparées
4. Un espace cuisine

● LES ESSENTIELS DES SERVICES

1. Des **conseils ou informations** sur les activités à faire, les lieux à visiter, les événements, ...
2. Un service de **navette** à l'intérieur de la station et vers les lieux d'activités



● LES ESSENTIELS DES ESPACES COMMUNS

1. Des **espaces pour se détendre**, être au calme (salons, canapés...)
2. Un **local où ranger ses équipements** (vélo, ski...)



HEBERGEMENT : VERS PLUS DE CONFORT

- **Literie** confortable et **intimité** pour chacun dans les espaces privatifs
- **Wifi** performant
- **Espaces communs confortables pour se détendre**
- Service de **navette** à l'intérieur de la station

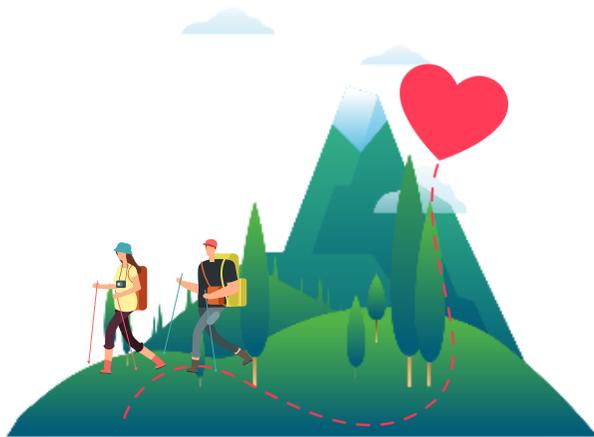
- **LES ESPACES PRIVATIFS** concentrent les attentes les plus fortes : comment fournir un confort a minima « comme à la maison » ?
 - Literie récente et confortable, une chambre pour chacun, des toilettes séparées sont des priorités
 - Disposer d'un espace extérieur, d'un espace où laver et faire sécher ses affaires, et d'une grande pièce à vivre est très valorisé
- **LE WIFI EST UN POINT D'AMELIORATION IMPORTANT**
- **CONCERNANT LES ESPACES COMMUNS :**
 - L'axe prioritaire d'amélioration concerne les ESPACES POUR SE DÉTENDRE, ÊTRE AU CALME (salons, canapés...)
 - Les éléments valorisés ayant une vraie marge d'amélioration sont le local où ranger ses équipements, l'espace buanderie, la présence d'un bar
- **CONCERNANT LES SERVICES MIS A DISPOSITION :**
 - L'axe prioritaire d'amélioration concerne le SERVICE DE NAVETTE à l'intérieur de la station et vers les lieux d'activités
 - Les services apportant une réelle valeur ajoutée et demandant à être améliorés : les conseils ou informations sur les activités à faire, les lieux à visiter, les événements, ... ou encore la mise en place d'un pass activités permettant de faire des économies

04

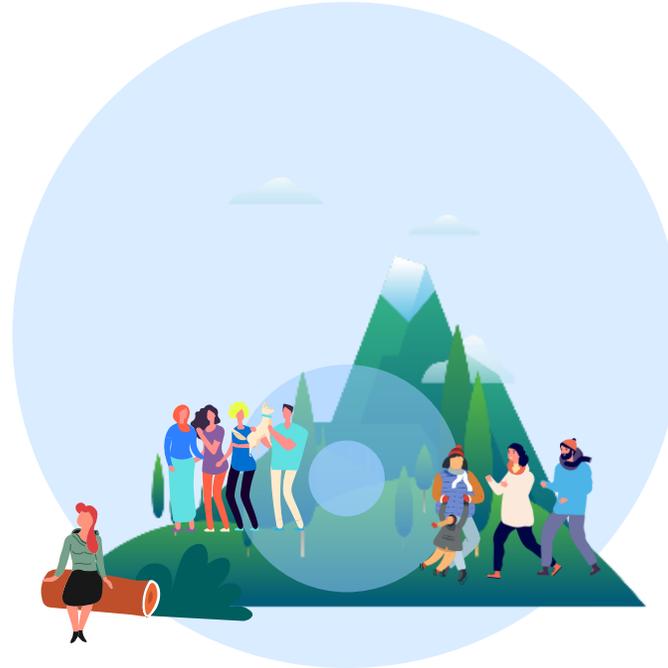
PREMIERS ÉLÉMENTS DE CONCLUSION
ET PROCHAINES ÉTAPES



LES ENJEUX D'ATTRACTIVITÉ DE LA MONTAGNE



MAINTENIR CE QUI FAIT
AUJOURD'HUI LE CŒUR
D'ATTRACTIVITÉ DE LA MONTAGNE



RENFORCER SON ATTRACTIVITÉ
AUPRÈS D'UNE POPULATION LARGE,
DÉJÀ ATTIRÉE PAR LA DESTINATION



CRÉER DE LA DIFFÉRENCE
ENTRE LES STATIONS

MAINTENIR CE QUI FAIT AUJOURD'HUI LE CŒUR D'ATTRACTIVITÉ DE LA MONTAGNE

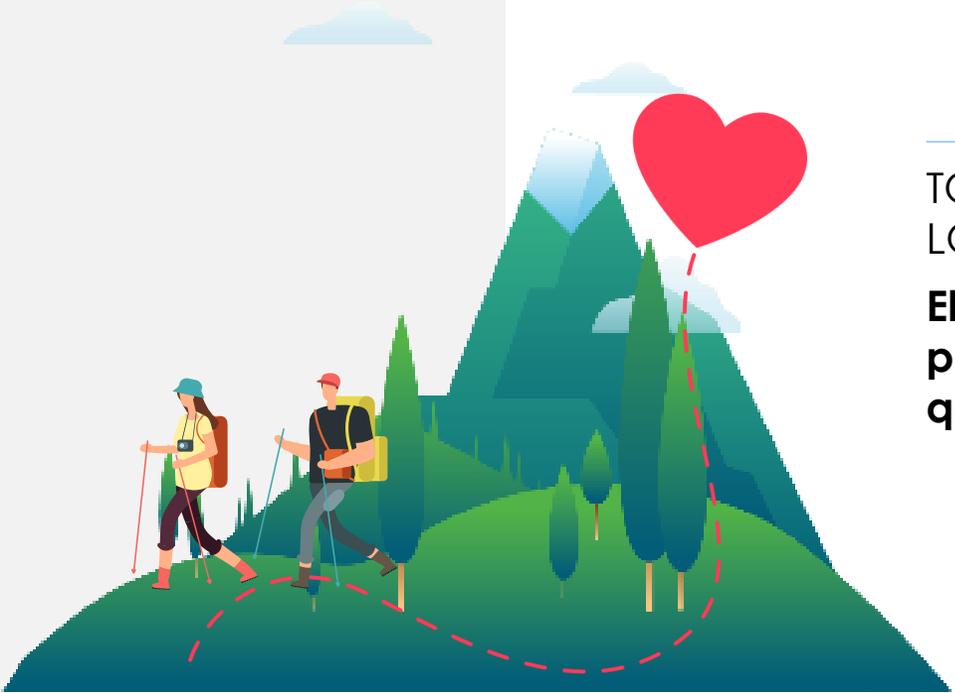
→ CONSOLIDER LES BÉNÉFICES « FORME / SPORT »

Pourquoi ? Parce que la montagne est une destination bien identifiée et évidente pour

- Se refaire une santé, retrouver la forme
- Se dépenser, avoir une activité physique
- Se dépasser, aller plus loin, se lancer des défis

TOUTEFOIS, CES BÉNÉFICES NE SONT PAS LES PLUS RECHERCHÉS
LORSQU'ON ENVISAGE DES VACANCES

Elles concernent des populations de touristes ciblées, notamment les populations historiques, déjà adeptes de la glisse, mais qui ne constituent qu'une partie du potentiel touristique



RENFORCER SON ATTRACTIVITÉ AUPRÈS D'UNE POPULATION LARGE DÉJÀ ATTIRÉE PAR LA DESTINATION

→ AFFIRMER ET FAIRE CONNAÎTRE LES ATOUTS « DÉTENTE / NATURE / CONVIVIALITÉ » DE LA MONTAGNE

Pourquoi ? Parce que la montagne est une destination bien identifiée pour

- Se détendre, faire une pause, se déconnecter (loin de la foule, du bruit, de son quotidien)
- Être au contact de la nature
- Se retrouver à plusieurs, avec ses proches (famille, amis, ...)
- Bien boire, bien manger

...mais ces bénéfices sont aussi offerts par de nombreuses destinations concurrentes

→ DÉVELOPPER LES BÉNÉFICES « DÉCOUVERTE LOCALE ET RAPPORT EXPÉRIENCE / PRIX »

Pourquoi ? Parce que la montagne est une destination moins identifiée comme une opportunité de :

- Découvrir de nouveaux lieux, de nouveaux pays, de nouvelles cultures
- Trouver du soleil, partir au soleil
- Se faire plaisir sans dépenser trop d'argent

...alors que ce sont des bénéfices largement recherchés pour des vacances



CRÉER DE LA DIFFÉRENCE ENTRE LES STATIONS ATTIRER DES POPULATIONS CIBLÉES

→ DEVELOPPER LES BÉNÉFICES « INSOLITE / CULTURE /
EVENEMENTIEL / FUN / ACTIVITÉ » AUPRÈS DE POPULATIONS CIBLÉES
OU COMME AXES DE DIFFERENCIATION ENTRE LES STATIONS

Pourquoi ? Parce que c'est une destination moins identifiée comme une opportunité de

EXPERIENCE INSOLITE

Voir des spectacles, visiter des musées, aller à des festivals

EXPERIENCE CULTURE / EVENEMENTIEL

Faire quelque chose d'extraordinaire, d'insolite, d'exceptionnel

EXPERIENCE FUN

Se divertir, s'amuser (jeux, bars / clubbing, parcs de loisirs)

EXPERIENCE « LIFESTYLE / CENTRE D'INTÉRÊT PERSONNEL »

Découvrir / développer un savoir-faire, une activité (cuisine, art, sport, langue, environnement, ...)

...et que **ces bénéfices sont recherchés pour des vacances par des segments de population ciblés**

