

ARÈCHES-BEAUFORT

ENQUÊTE PROFILS, COMPORTEMENTS, SATISFACTION CLIENTS

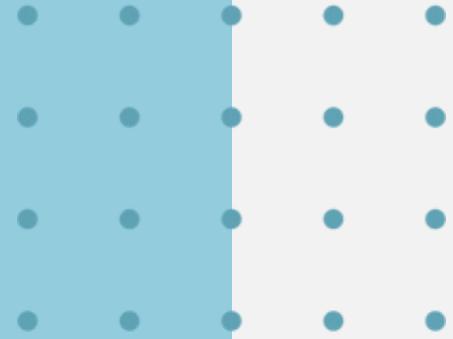
Résultats Hiver 2024/2025



SOMMAIRE

- 01 Objectifs et méthodologie**
- 02 Profils clients**
- 03 Processus de choix et de réservation**
- 04 Activités / domaine skiable**
- 05 Satisfaction clients**
- 06 Synthèse**

01



Objectifs et méthodologie

Objectifs

➤ **Dans un marché touristique particulièrement concurrentiel**, cette enquête permet le suivi précis des profils, comportements et satisfaction des clients de la destination dans le but de mieux comprendre les attentes et besoins de la clientèle.

L'objectif de cet outil est double. Il doit posséder :

- Un caractère opérationnel fort afin d'en faire un outil d'ajustement des services (réactivité opérationnelle)
- Un caractère marketing afin de définir les profils des consommateurs pour mieux définir les plans d'actions opérationnels.

➤ Cet outil de pilotage doit pouvoir satisfaire les exigences suivantes :

❖ **Caractériser les profils clients**

Les profils des clients, leur situation familiale, la composition de la tribu de voyage, l'âge, la fidélité et les nouveaux clients...

❖ **Déterminer les comportements clients**

Les comportements clients en matière de consommation, leurs dépenses par catégorie, le champ concurrentiel, les critères de choix, le processus de réservation, le canal et délai de réservation, l'hébergement, la durée de séjour, les activités pratiquées, la consommation des forfaits, le nombre de journées skiés...

❖ **Evaluer la satisfaction clients**

La satisfaction clients sur les différents services proposés par la destination : le domaine skiable, les commerces, les restaurants, l'Office de Tourisme, le stationnement... La mesure des intentions de retour et de recommandation (NPS) ainsi que les facteurs de fidélisation et d'attrition

➤ De plus, cet outil permet également de pouvoir se comparer aux autres stations et à un panel représentatif afin de pouvoir se situer sur le marché. Enfin, le suivi dans le temps est nécessaire pour voir les évolutions sur les différents indicateurs d'une année à l'autre.

NOMBRE DE REPONSES

933

N-1 = 800 réponses

- **Enquête en ligne, post-séjour** auprès de clients venus dans la station pendant l'hiver 2024/2025
- **Mobilisation des répondants** : Site web / BDD Centrale de réservation / BDD du domaine skiable / Agences immobilières / Centres de vacances / Hôtels
- **Période d'enquête** : du **21/12/2024 au 28/04/2025**
- **Durée moyenne** du questionnaire : **~10 minutes**
- **Les notes de satisfaction** sont basées sur une **échelle de 0 à 10**
NB : Satisfaits = de 8 à 10/10. Neutres = de 6 à 7/10. Insatisfaits = de 0 à 5/10
- **Eléments de comparaison** : échantillons de plusieurs stations panel G2A + Panel national multi-stations tous massifs confondus représentatif des Français partis en station de ski pendant l'hiver 2024/2025 (*lien en Annexes*)

02



Profils clients

Composition de l'échantillon

Genre

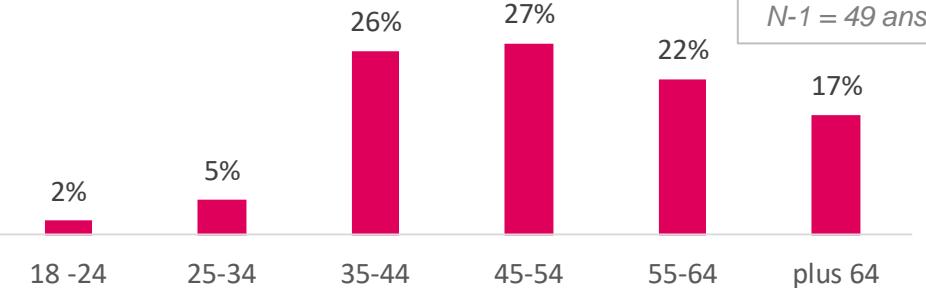
50%



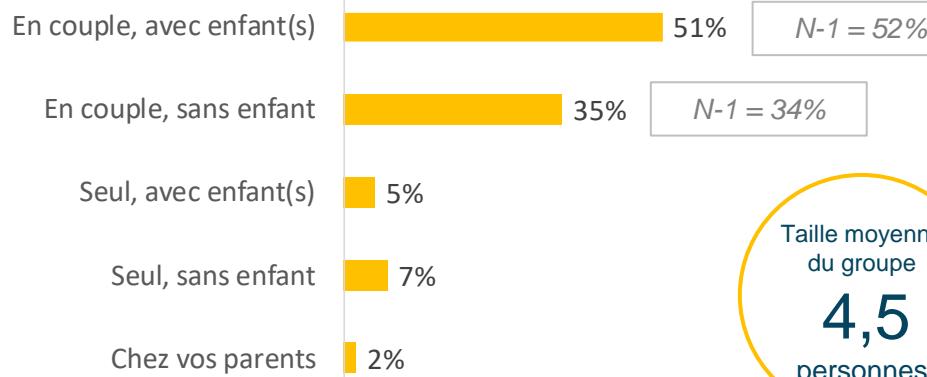
50%



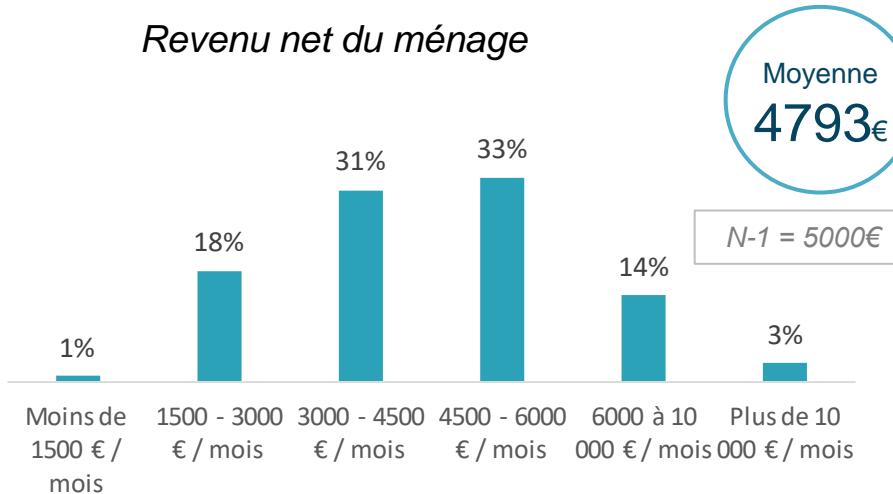
Age



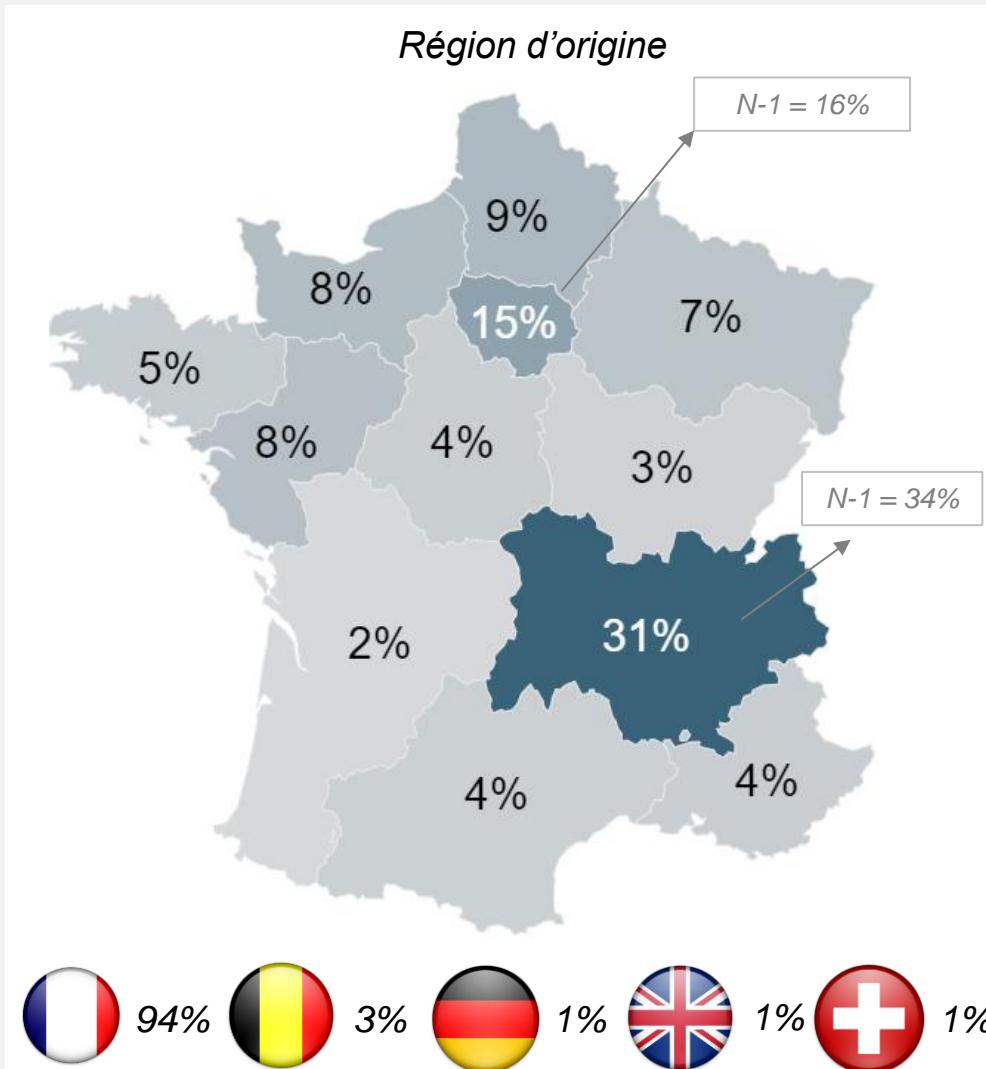
Situation familiale



Revenu net du ménage



Origine des clients



Focus par zone académique



Profil - ZONE A



Profil - ZONE B

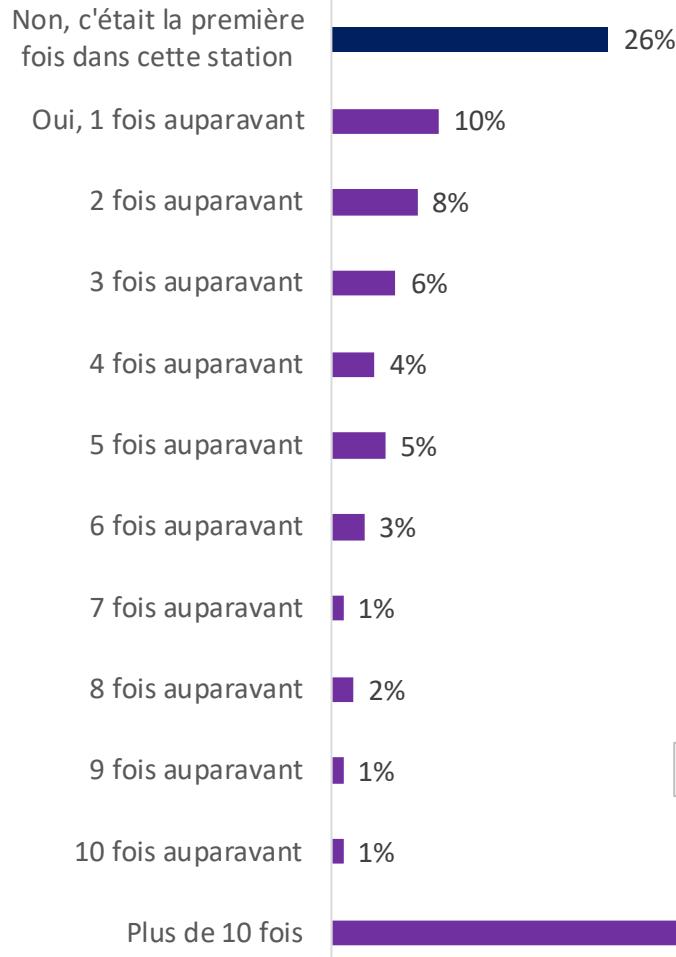


Profil - ZONE C

	Canaux de réservation (top 3)	Internet 30%	Internet 34%	Internet 32%
		Agence immobilière 23%	Agence immobilière 31%	Agence immobilière 26%
	Budget Budget /jour/ personne	1512€ / 65€	2214€ / 69€	2229€ / 72€
	Durée séjour Part de court séjour	5,4 nuits 37%	7,1 nuits 9%	7,2 nuits 9%
	Journées skiées Part de forfait courte durée	4,0 jours skiés 66%	4,9 jours skiés 40%	4,8 jours skiés 41%
	Satisfaction séjour Satisfaction domaine skiable	8,6/10 8,3/10	8,9/10 8,6/10	8,7/10 8,4/10

Fidélité de la clientèle

Etiez-vous déjà venu auparavant dans cette station ?



26%
de nouveaux
clients

N-1 = 27%

74%
de clients
fidèles

N-1 = 73%

33%

Focus par typologie de client



Région d'origine



Canaux de réservation
(top 3)



Budget
Budget /jour/ personne



Durée séjour
Part de court séjour



Journées skiées
Part de forfait courte durée



Satisfaction séjour
Satisfaction domaine skiable



Profil
Nouveaux clients

Zone A 29%
Zone B 52%
Zone C 18%



Profil
Clients fidèles

Zone A 38%
Zone B 43%
Zone C 19%

Internet 47%
Agence immobilière 19%
Centrale réservation 13%

Agence immobilière 30%
Internet 27%
Propriétaires 19%

2247€ / 84€

1950€ / 67€

6,2 nuits
20%

6,5 nuits
20%

4,3 jours skiés
54%

4,7 jours skiés
47%

8,5/10
8,1/10

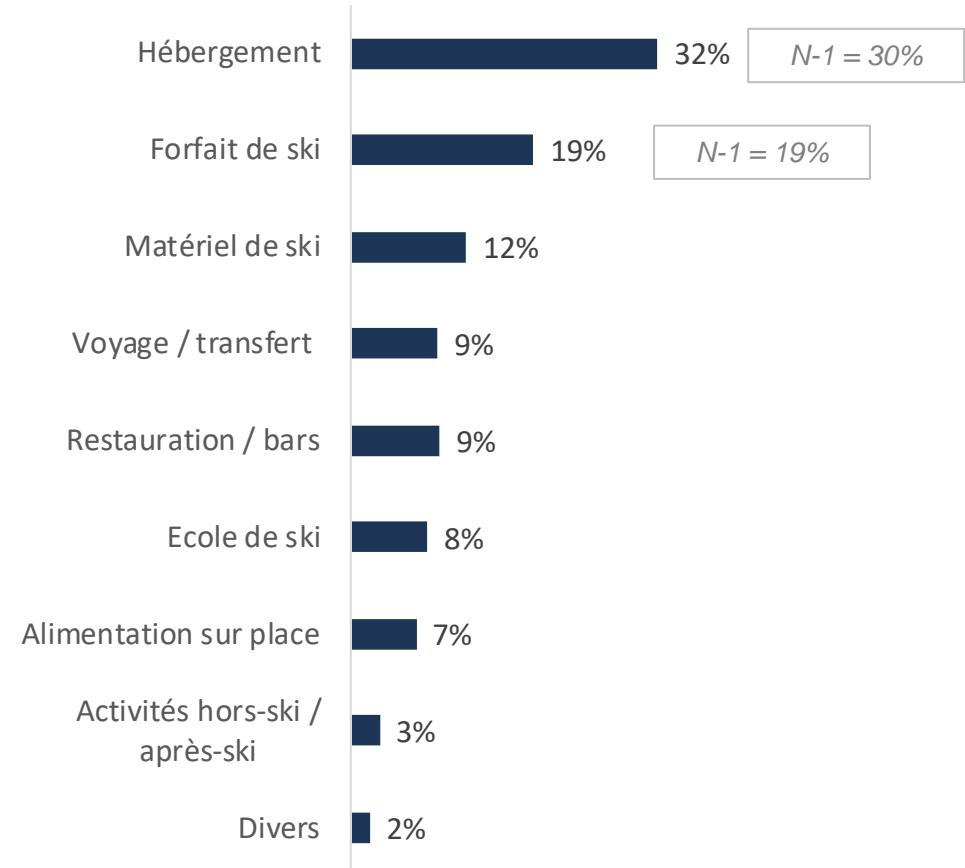
8,9/10
8,5/10

Dépenses clients

Pouvez-vous évaluer le budget total dépensé pour ce séjour ?



Répartition par poste de dépenses



A vertical teal bar on the left side of the slide features a series of teal dots arranged in a grid pattern, with more dots appearing along the right edge.

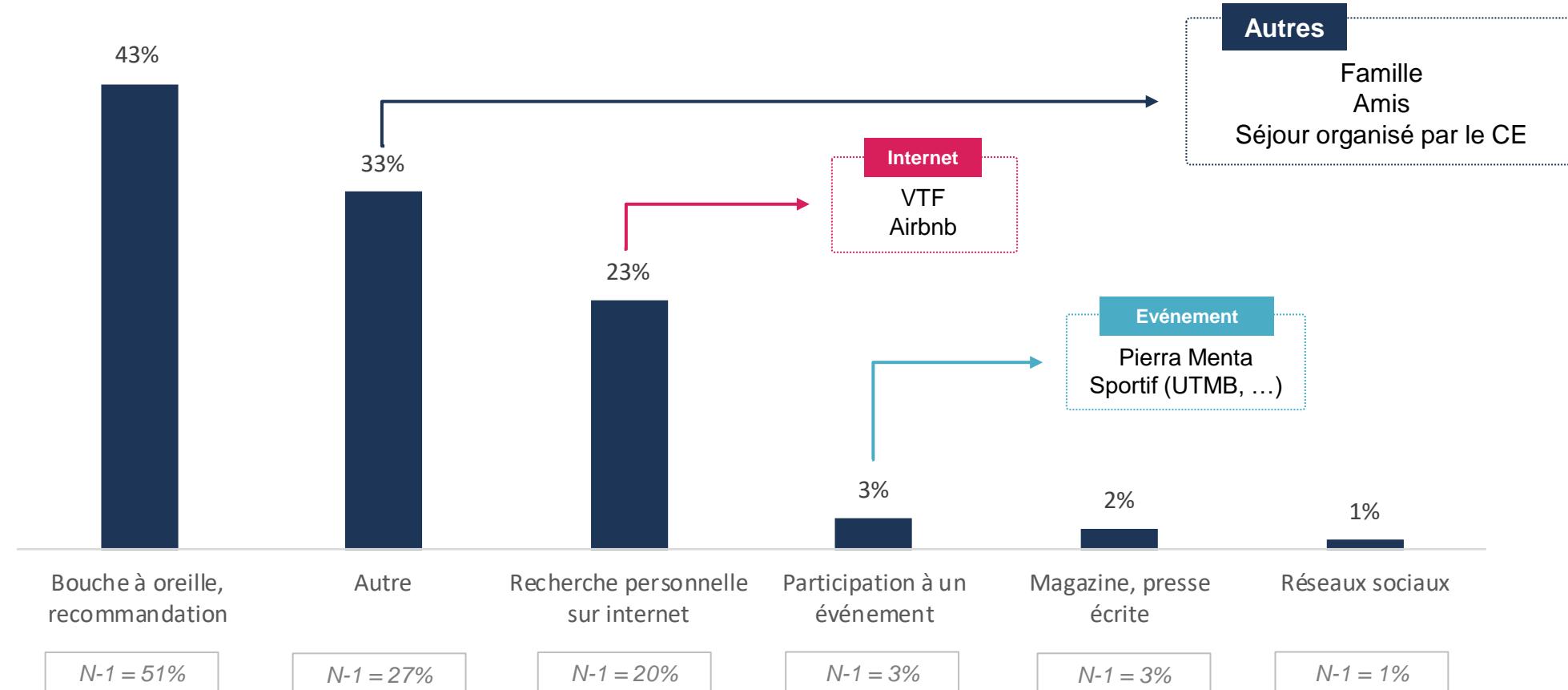
03

A large, semi-transparent light blue circle is positioned in the top right corner of the slide.

Processus de choix et réservation

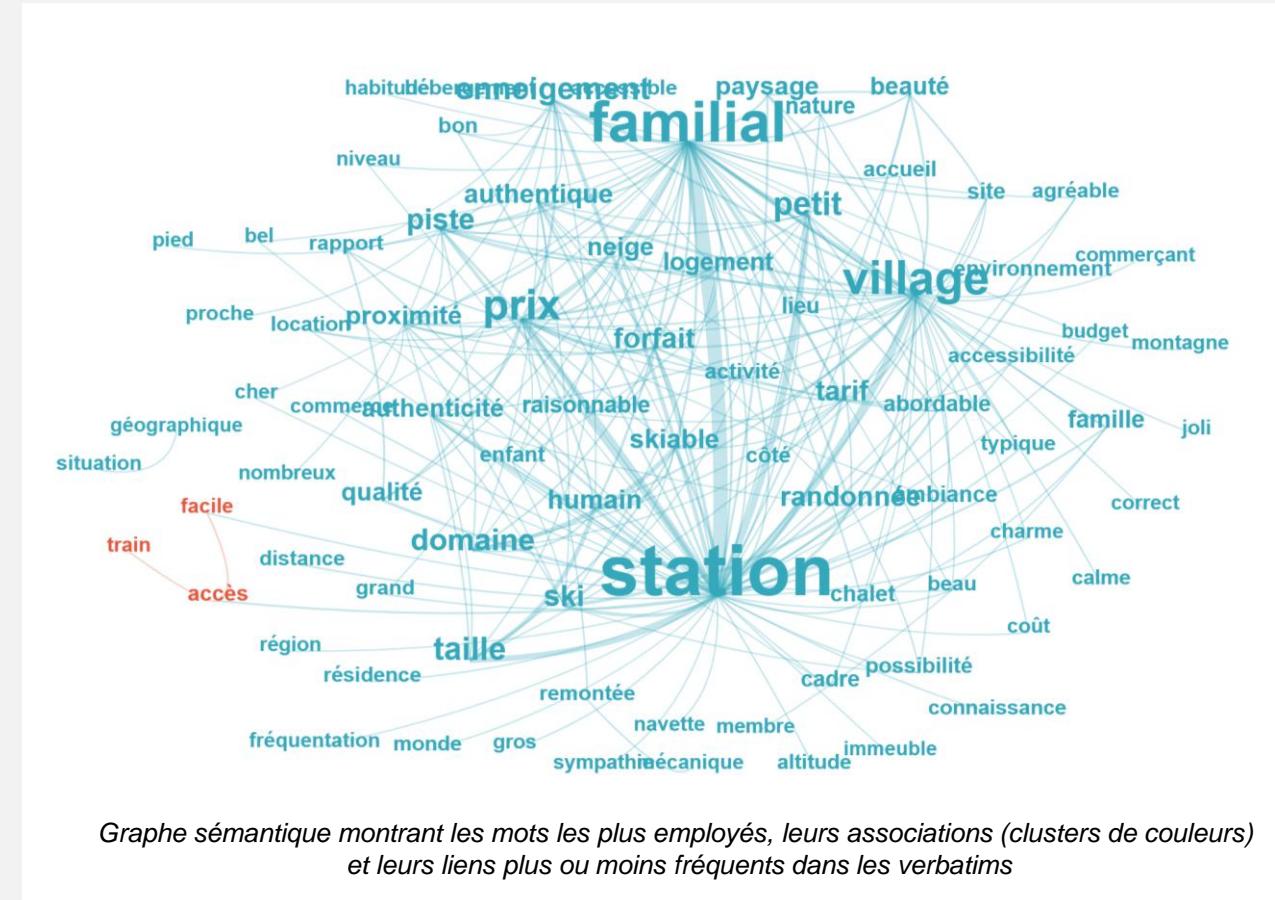
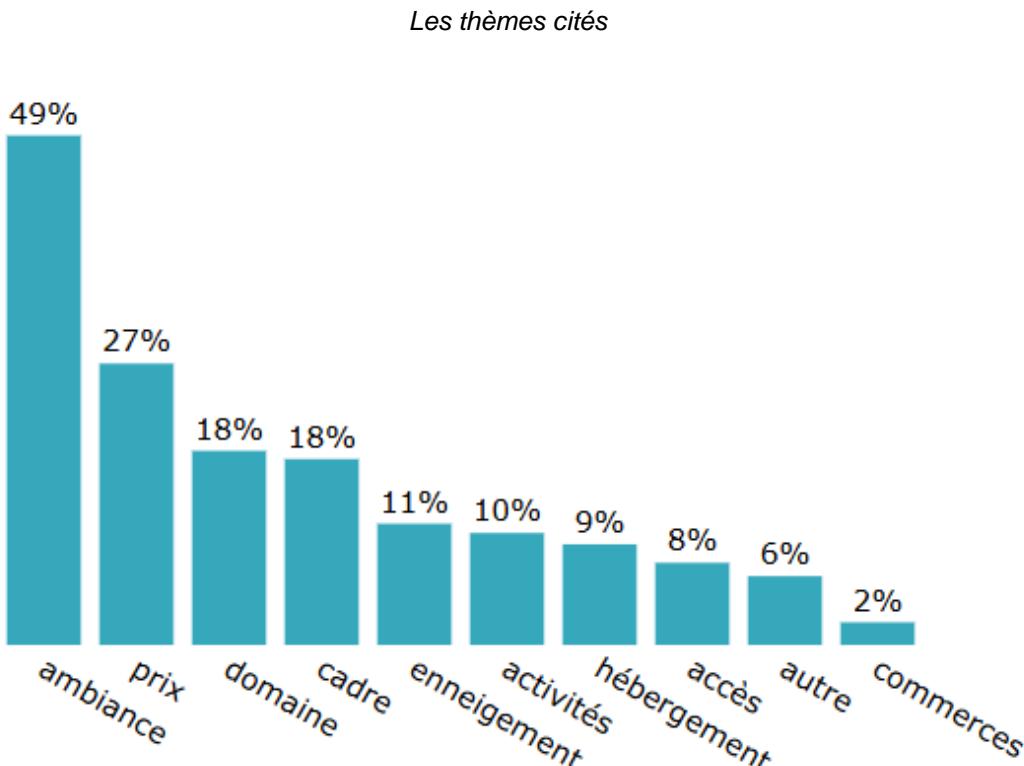
Connaissance de la destination

Comment avez-vous connu notre destination ?



Critères de choix

Quels sont les 3 critères principaux qui vous ont convaincu de choisir notre destination plutôt qu'une autre ? (914 réponses)



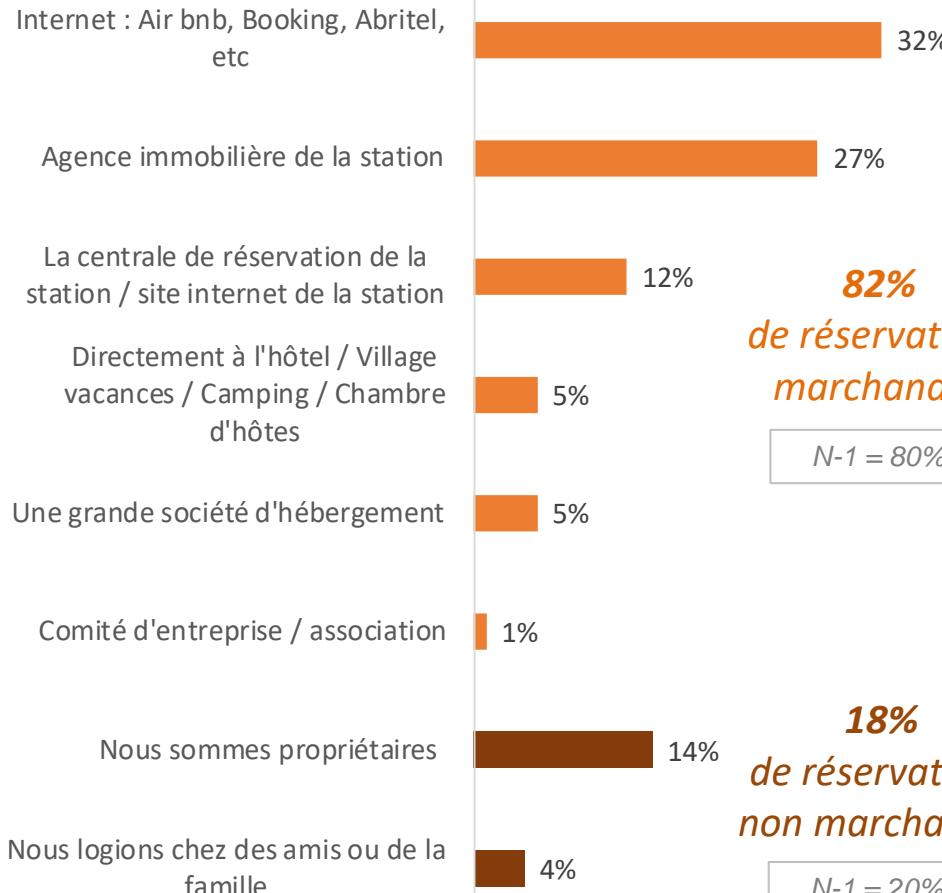
Champ concurrentiel

Quel était votre deuxième choix de vacances si vous n'étiez pas venu dans cette station ?
(614 réponses)



Canal de réservation de l'hébergement

Qui était votre interlocuteur pour la réservation ?



Focus par typologie de client



Profil marchand



Profil non marchand



Région d'origine

Zone A 33%
Zone B 47%
Zone C 19%

Zone A 48%
Zone B 35%
Zone C 17%



Budget
Budget /jour/ personne

2175€ / 78€

1300€ / 38€



Durée séjour
Part de court séjour

6,2 nuits
19%

7,6 nuits
23%



Journées skiées
Part de forfait courte durée

4,5 jours skiés
46%

5,1 jours skiés
60%



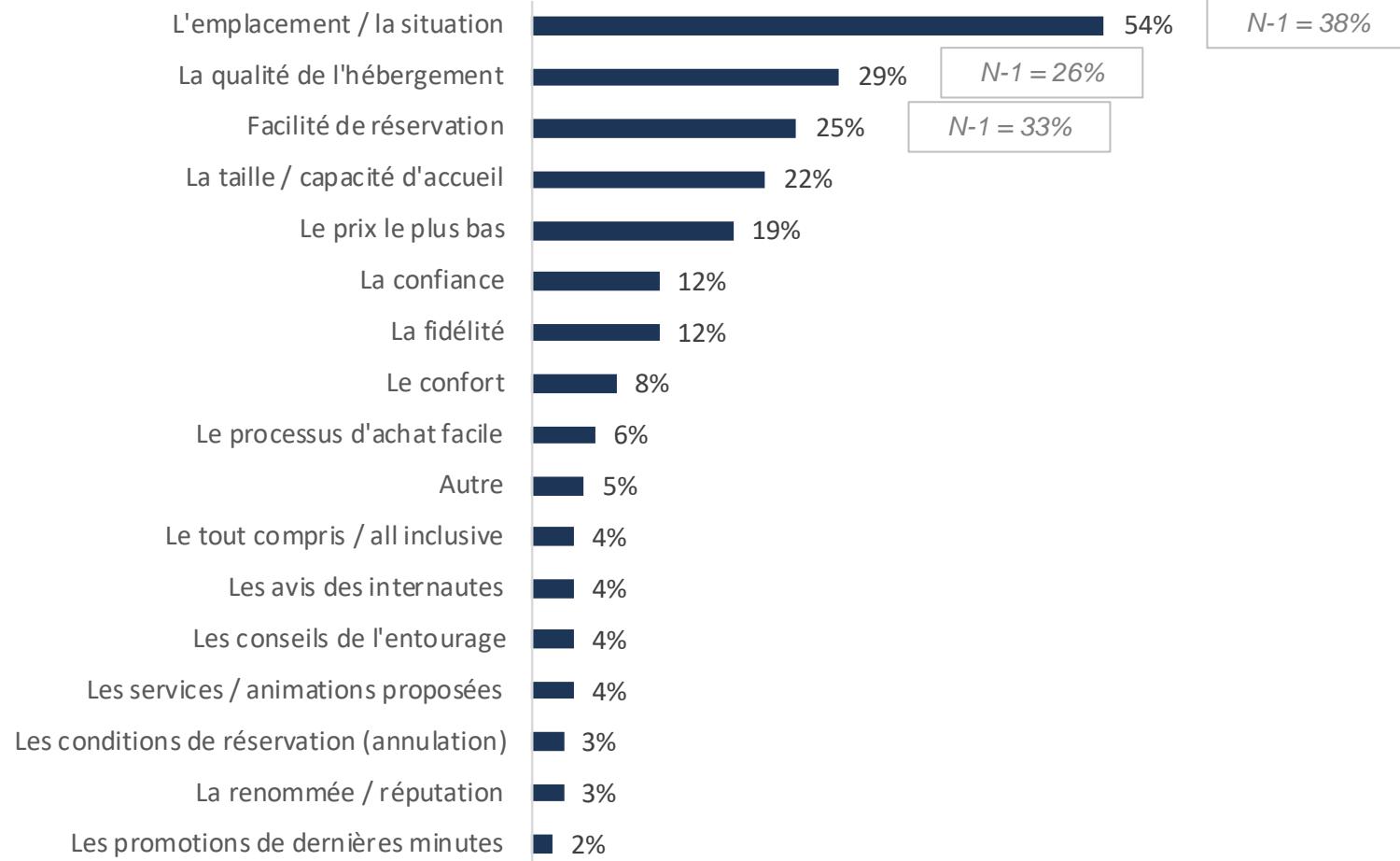
Satisfaction séjour
Satisfaction domaine skiable

8,8/10
8,5/10

8,6/10
8,2/10

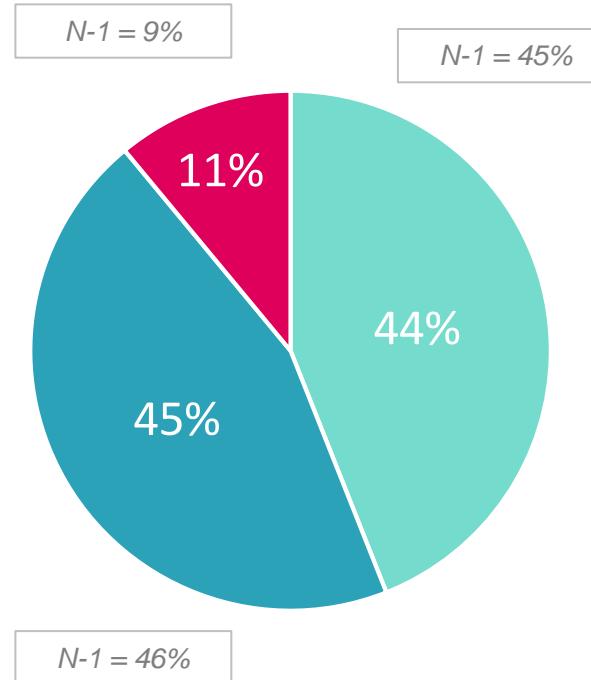
Choix de l'hébergement

Pour quelles raisons avez-vous réservé par ce biais ?



Qualité de l'hébergement

Comment qualifiez-vous la qualité et le confort de votre hébergement ?
(profil marchand : 716 réponses)



- Très confortable (moderne, très bien équipé)
- Confortable (rénové, équipement suffisant)
- Peu confortable (équipement ancien)

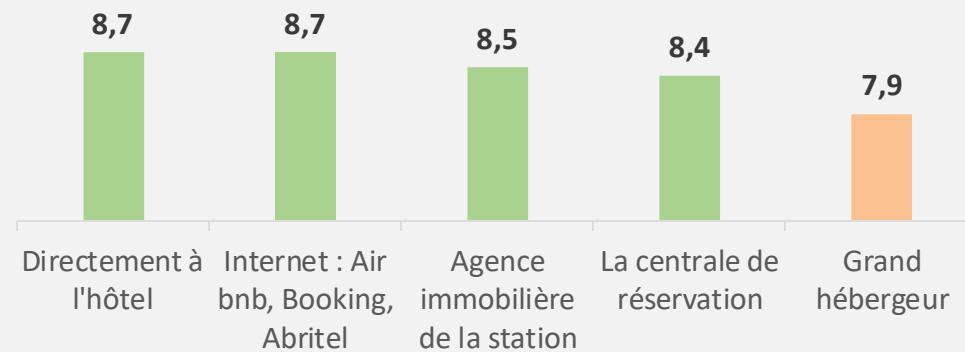
Satisfaction hébergement

GLOBALE



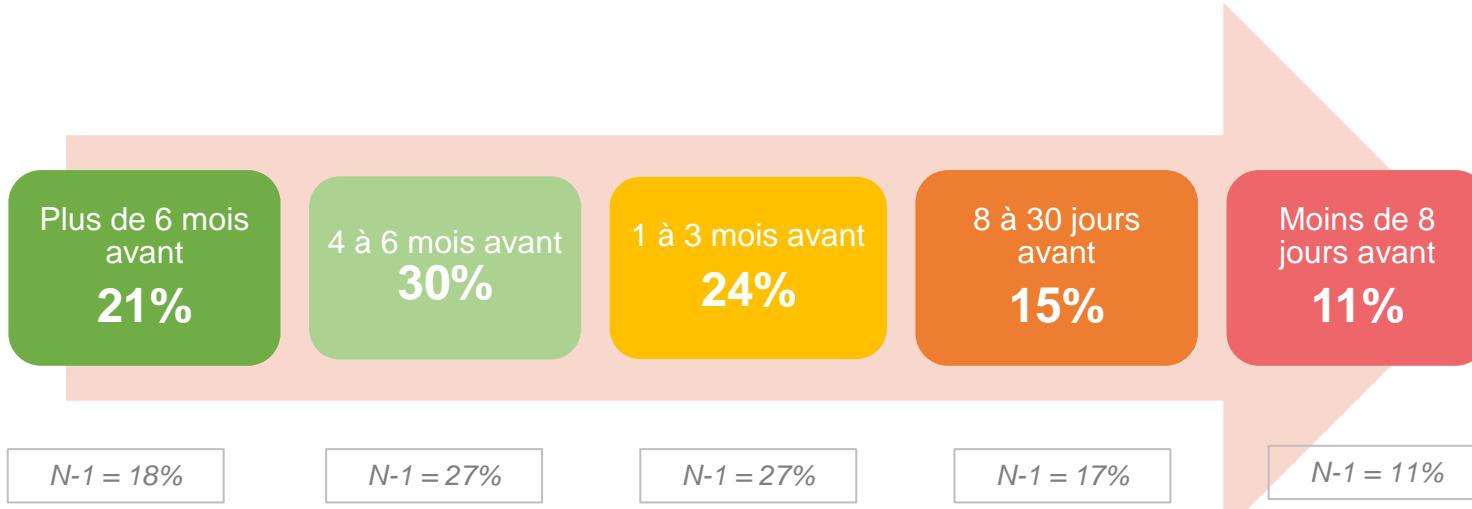
N-1 = 8,5/10

PAR CANAL DE RESERVATION



Anticipation des réservations

Quand avez-vous réservé votre hébergement ?



99 jours
avant le
séjour en
moyenne

PAR CANAL :

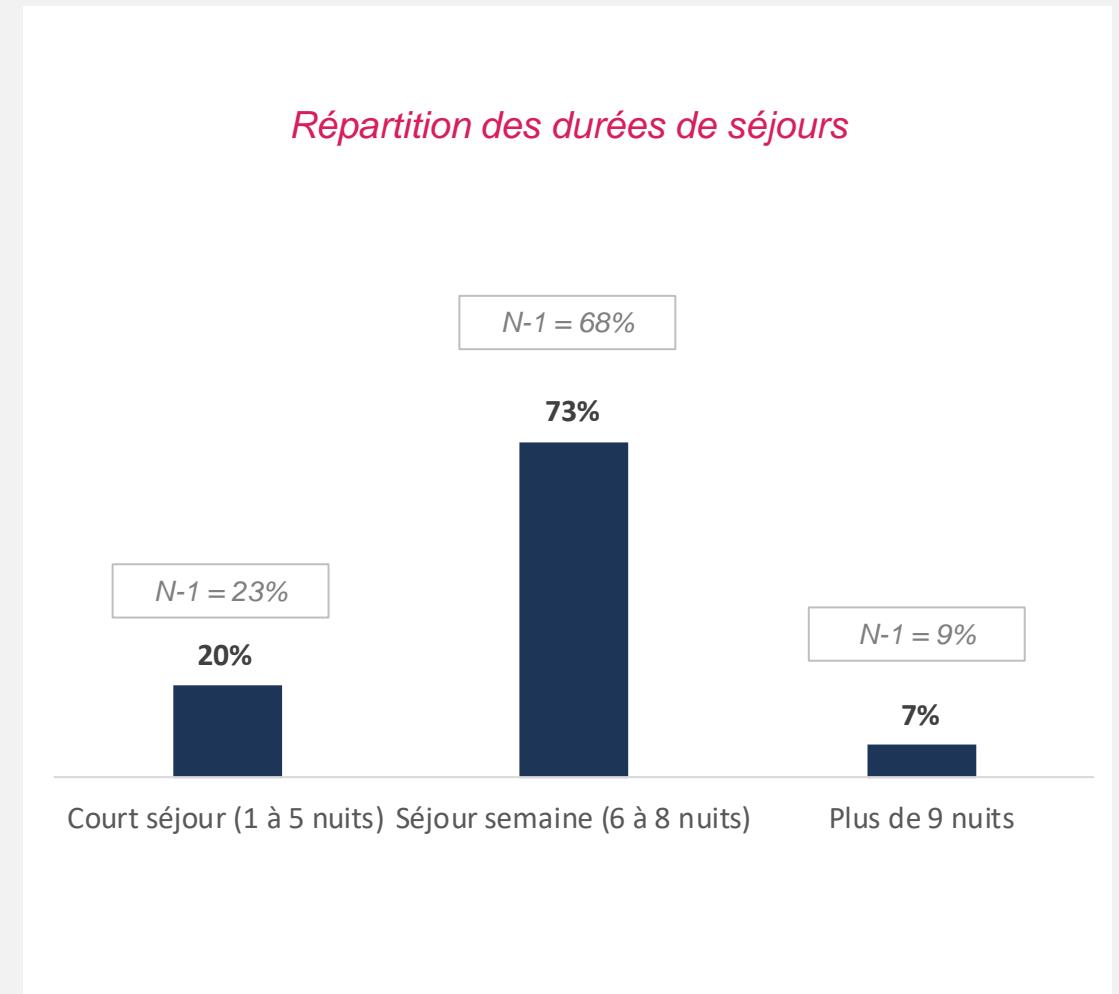
- Internet : 104 jours avant
- Agence immobilière: 106 jours avant
- Centrale réservation: 82 jours avant

PAR PERIODE :

- Vacances Noël / NA : 97 jours avant
- Inter Janvier : 79 jours avant
- Vacances d'hiver : 121 jours avant
- Inter Mars : 83 jours avant

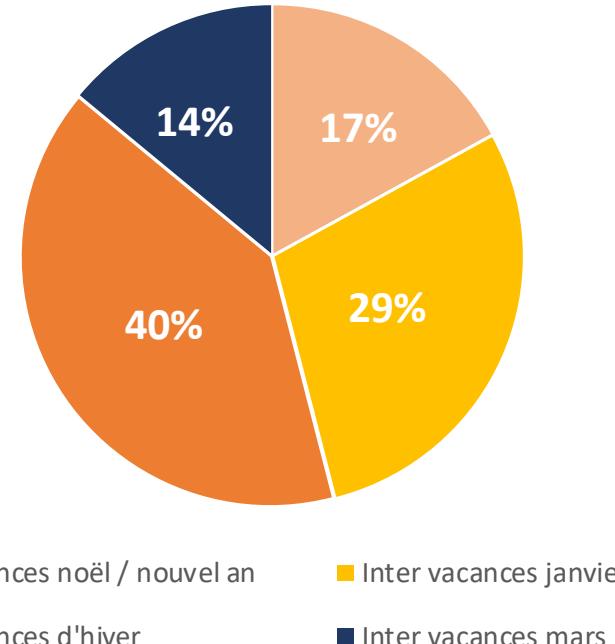
Durée de séjour

Quelle était la durée de votre séjour ?



Période de séjour

Période de séjour



Focus profil par période de séjour



Profil Vacances (Noël / NA, hiver)



Canaux de réservation (top 3)

Internet 34%
Agence immobilière 26%
Propriétaires 16%



Profil Inter vacances Janvier

Internet 36%
Agence immobilière 26%
Centrale réservation 13%



Profil fin de saison (Mars – Avril)

Agence immobilière 32%
Centrale réservation 19%
Internet 17%



Budget Budget /jour/ personne

2467€ / 73€

1448€ / 64€

1406€ / 58€



Durée séjour Part de court séjour

6,9 nuits
11%

5,8 nuits
35%

6,1 nuits
28%



Journées skiées Part de forfait courte durée

4,9 jours skiés
42%

4,1 jours skiés
56%

4,2 jours skiés
64%



Satisfaction séjour Satisfaction domaine skiable

8,7/10
8,4/10

8,8/10
8,5/10

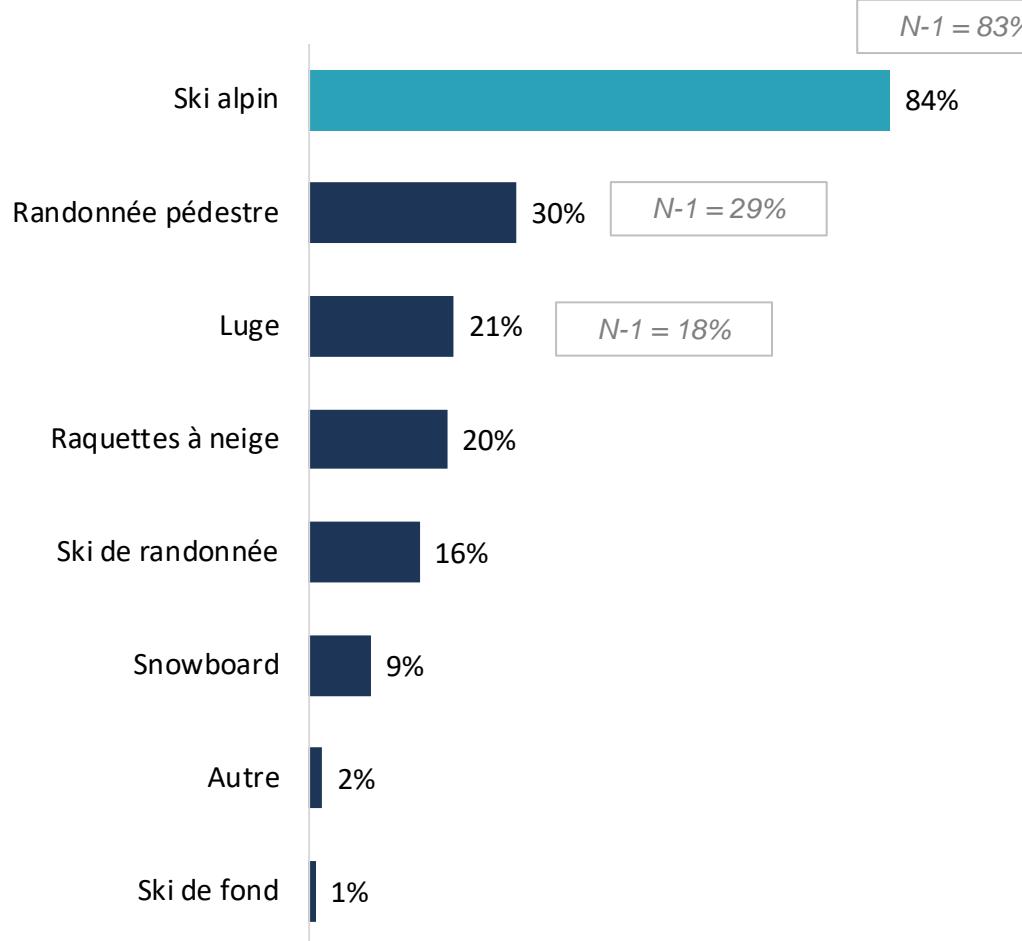
9,1/10
8,4/10

04

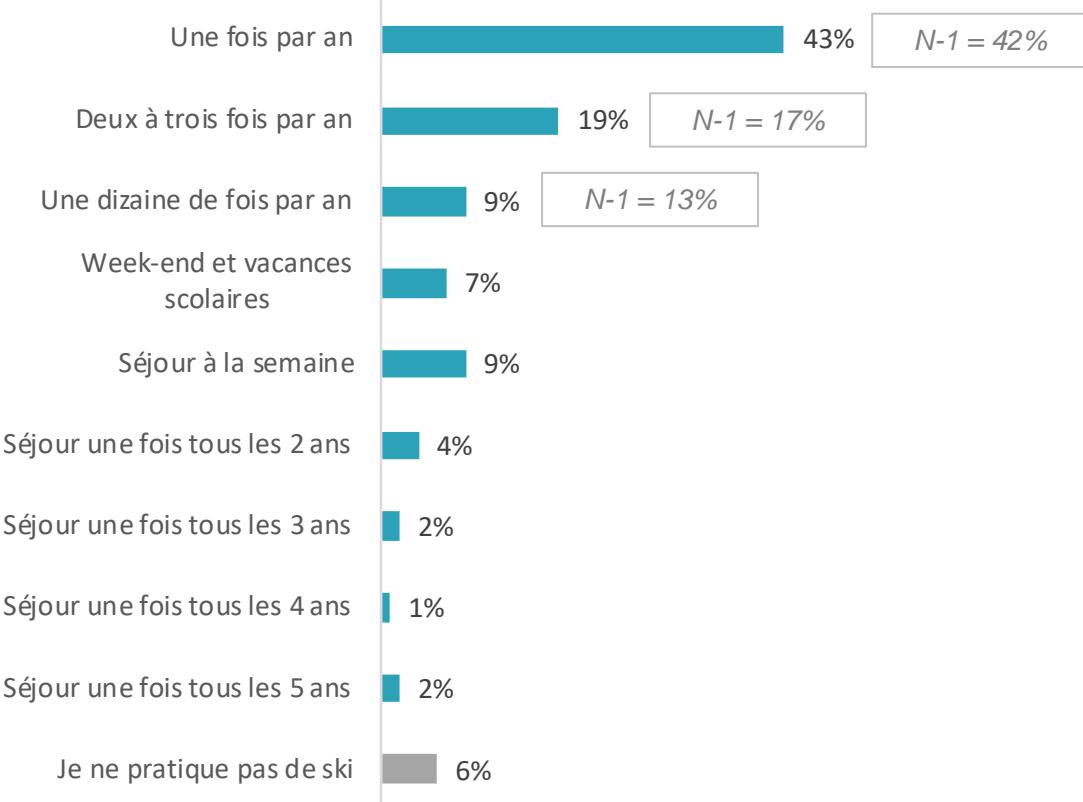
Activités / domaine skiable

Activités pratiquées

Quelle(s) activité(s) avez-vous pratiquée(s) pendant votre séjour ?

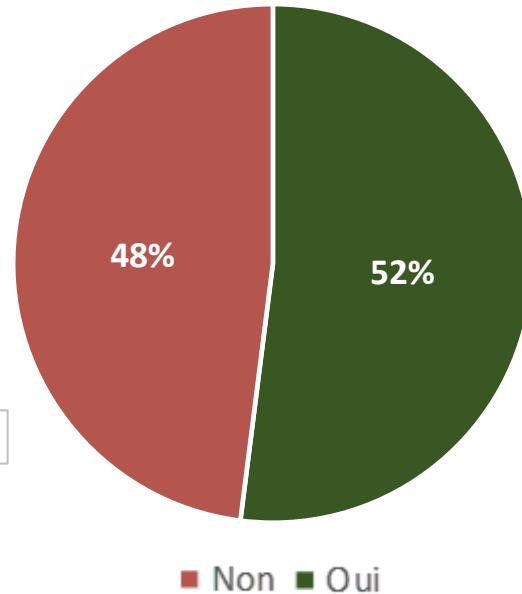


A quelle fréquence pratiquez-vous le ski ?



Parcours ski de randonnée "La Trace"

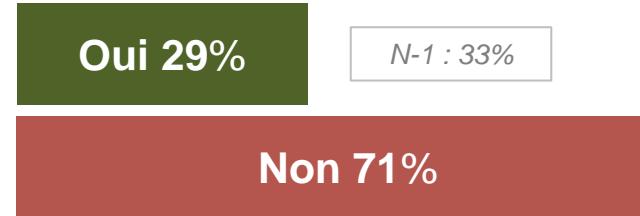
Connaissez-vous les parcours de ski de randonnée "La Trace" ?



N-1 = 58%

Si « oui »

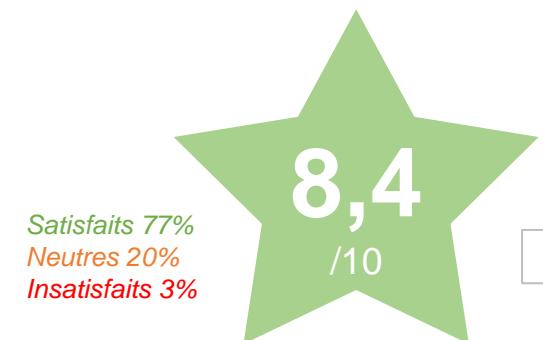
Les avez-vous utilisés ?



N-1 : 33%

N-1 : 67%

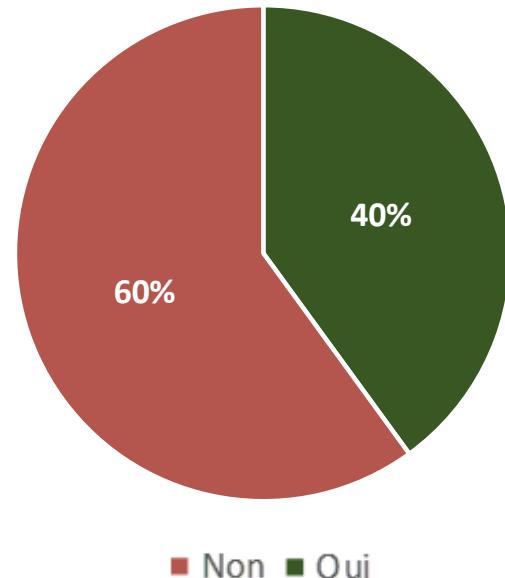
Quelle est votre appréciation sur ces parcours de ski de randonnée ?



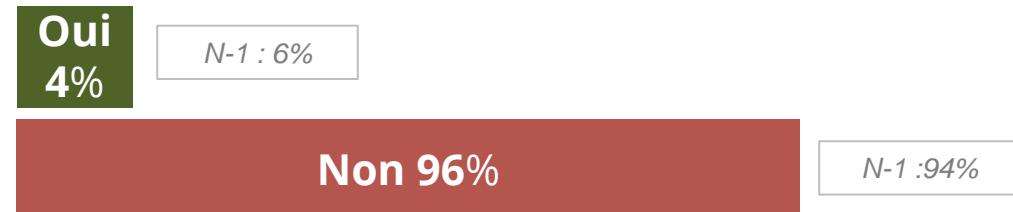
N-1 = 8,6/10

Sorties accompagnées en ski de randonnée

Connaissez-vous les sorties accompagnées
en ski de randonnée ?



Avez-vous pratiqué des sorties accompagnées en ski
de randonnée ?



Quelle est votre appréciation sur les sorties
accompagnées en ski de randonnée ? (29 réponses)



Avez-vous, ou vos enfants, essayés le rando-jeu "Trésor sous l'or blanc" d'Arêches-Beaufort ?

Oui
2%

N-1 : 2%

Non 98%

N-1 : 98%

Quelle est votre appréciation sur cette activité ?
(21 réponses)

Satisfaits 73%
Neutres 25%
Insatisfaits 2%



N-1 = 8,7/10

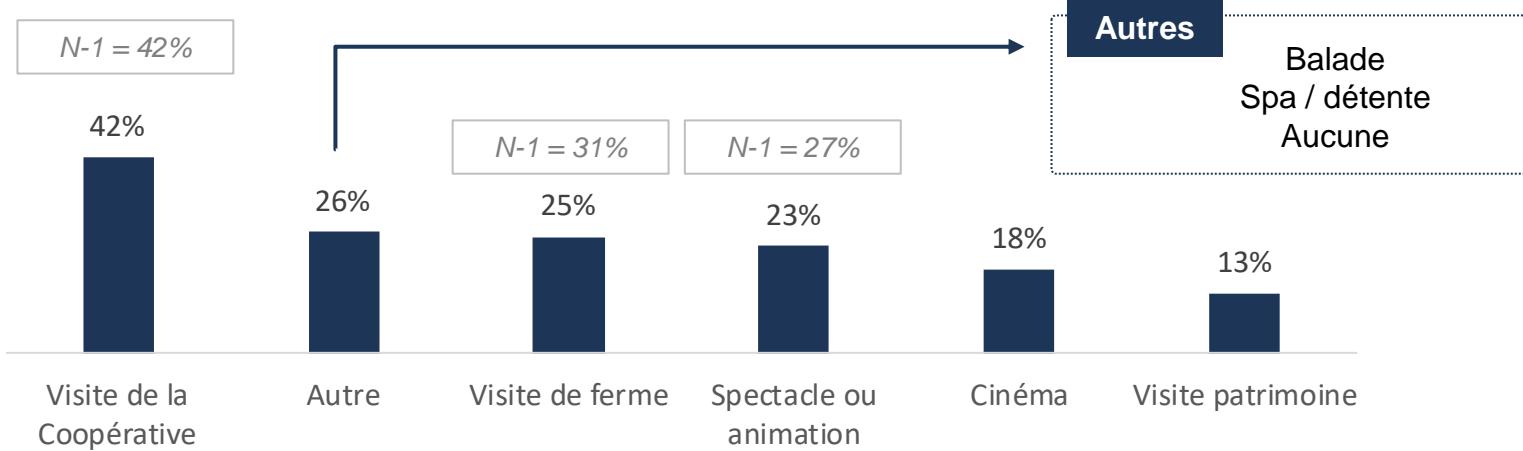
Avez-vous des suggestions ou remarques à propos de cette activité ?

(21 réponses)

- **Accessibilité** : Certains participants ont rencontré des difficultés avec le parcours. Certains chemins ont été fermés avant la fermeture officielle de la station, empêchant de terminer l'activité. De plus, ce n'est pas adapté aux petits enfants.
- **Compréhension** : L'histoire est jugée difficile à suivre avec trop de personnages sur différentes époques, ce qui pourrait la rendre confuse pour certains.
- **Améliorations** : Des remarques ont été faites sur le coût du livret jugé un peu élevé, et le souhait de voir des changements dans l'escape game.
- **Suggestions** : Peu de suggestions ou remarques détaillées, avec de nombreuses réponses indiquant "Ras" ou "Non".
- **Appréciation globale** : L'activité est globalement bien perçue, surtout par les enfants qui l'apprécient beaucoup. C'est considéré comme une bonne initiative.

Activités / visites hors-ski

Quelle(s) activité(s) ou visite(s) avez-vous réalisé lors de votre séjour ?



Visite de la coopérative



N-1 : 8,5/10

Visite de ferme



N-1 : 8,8/10

Spectacle ou animation



N-1 : 8,6/10

Cinéma



N-1 : 8,5/10

Visite patrimoine



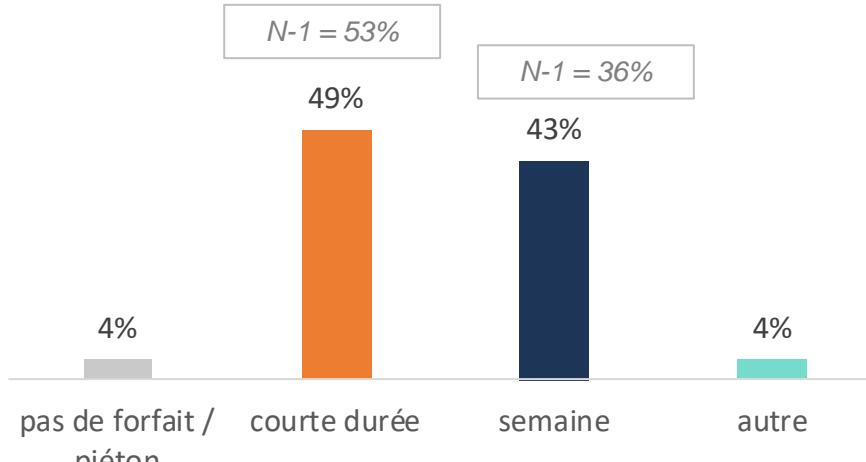
N-1 : 8,8/10

Quelle activité hors ski vous a manqué ? (280 réponses)

- Diversité** : Beaucoup de touristes souhaitent plus de diversité, particulièrement pour les adolescents. Ils mentionnent des options comme le bowling, les spectacles de rue et plus d'activités ludiques.
- Bien être** : La demande pour une piscine couverte, un spa ou un centre de bien-être est récurrente. Les visiteurs expriment le désir d'avoir davantage d'options bien-être.
- Activités nocturnes** : La demande pour plus d'animations le soir, y compris des concerts, discothèques, et événements enfants, est importante.
- Aucune activité manquante** : Plusieurs touristes mentionnent ne manquer d'aucune activité et sont satisfaits de l'offre actuelle, préférant rester en famille ou se concentrer uniquement sur le ski.

Type de forfait utilisé et journées skiées

Quel type de forfait avez-vous utilisé ?



Combien de jours avez-vous skié ?



Focus par profil consommateur



Profil Consommateur forfait semaine



Région d'origine

Zone A 21%
Zone B 55%
Zone C 24%



Budget
Budget /jour/ personne

2707€ / 79€



Durée séjour
Part de court séjour

7,0 nuits
0%



Journées skiées

5,8 jours skiés



Satisfaction séjour
Satisfaction domaine skiable

8,9/10
8,6/10



Profil Consommateur forfait courte durée

Zone A 46%
Zone B 37%
Zone C 16%

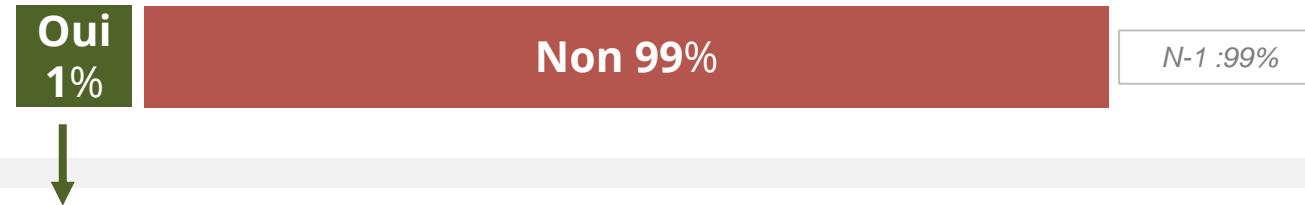
1590€ / 64€

5,9 nuits
33%

3,7 jours skiés

Satisfaction ski de fond

Avez-vous, utilisé les pistes de ski de fond pendant votre séjour ?



Quelle est votre appréciation sur les points suivants ? (11 réponses)

Appréciation générale du domaine nordique



N-1 : 8,8/10

Zone d'initiation gratuite



Damage / préparation pistes



N-1 : 8,6/10

Qualité de neige



N-1 : 8,4/10

Présence du personnel



N-1 : 6,2/10

Nouveau pas de tir biathlon



Signalisation des pistes



N-1 : 7,9/10

Sentiment de sécurité



N-1 : 8,8/10

Prévention des dangers



N-1 : 8,0/10

Satisfaction domaine skiable

Quelle est votre appréciation générale sur le domaine skiable ?

Satisfaits 80%
Neutres 18%
Insatisfaits 2%

N-1 = 8,1/10



Les notes les moins bonnes :
Qualité de la neige: **5,9**
Confort des remontées mécaniques : **5,2**

Satisfaction domaine skiable par profil client

Note par région d'origine client

Normandie **8,4**
PACA **8,9**
Ile-de-France **8,4**
Occitanie **8,1**
Hauts de France **8,8**
AURA **8,2**
Bretagne **8,2**

Note âge des clients

18 – 24 ans **8,7**
25 – 34 ans **8,1**
35 – 44 ans **8,4**
45 – 54 ans **8,4**
55 – 64 ans **8,4**
Plus de 64 ans **8,6**

Note par revenu du ménage du client

Moins de 1500€ **8,8**
1500-3000€ **8,8**
3000-4500€ **8,6**
4500-6000€ **8,5**
6000-10000€ **8,4**
Plus de 10000€ **7,2**
NSP **7,9**

Note par durée de séjour

Court séjour (1-5 nuits) **8,3**
Semaine (6-8 nuits) **8,5**
Plus de 9 nuits **8,4**

Note par budget total séjour dépensé

Moins de 500€ **8,2**
500-1000€ **8,5**
1000-1500€ **8,4**
1500-2000€ **8,4**
2000-2500€ **8,6**
2500-3000€ **8,5**
3500-5000€ **8,4**
Plus de 5000€ **8,3**

Note par typologie de client

Client fidèle **8,5**
Nouveau client **8,1**

Satisfaction processus d'achat du forfait

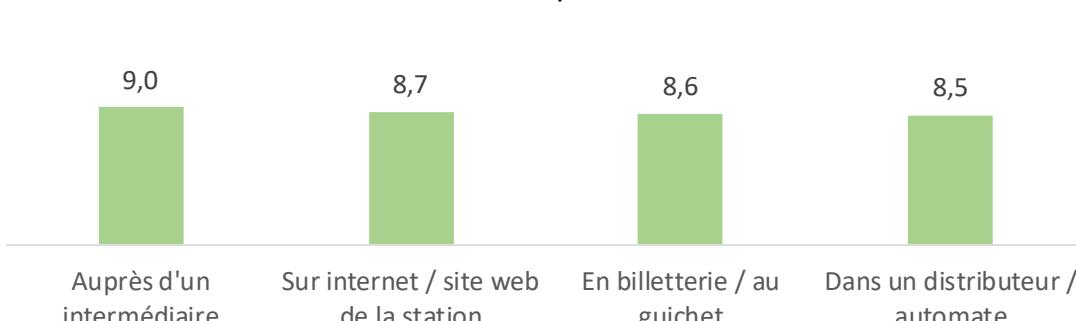
Quelle est votre appréciation générale sur le processus d'achat ?



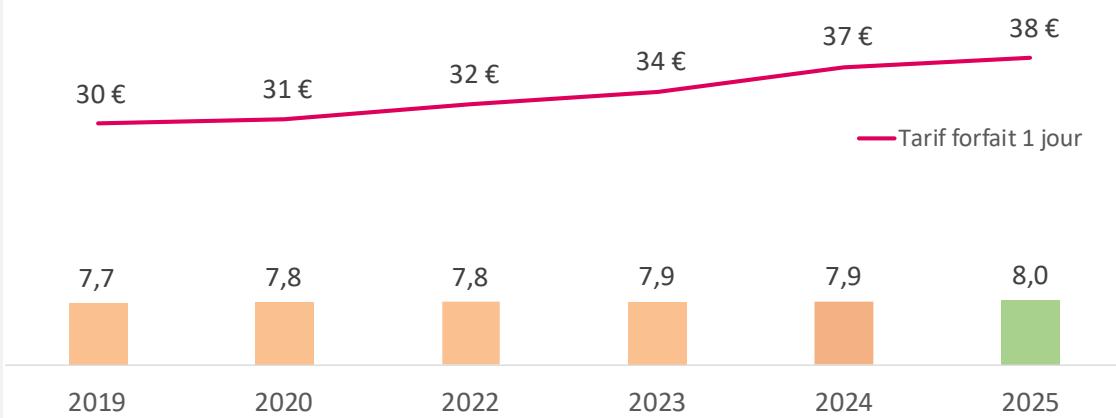
Quelle est votre appréciation générale sur le rapport qualité/prix ?



Note de satisfaction par lieu d'achat :



Evolution de la note rapport qualité/prix par rapport à l'évolution du prix grand public



Les points de vente - satisfaction

SATISFACTION GUICHET



N-1 : 8,8/10



N-1 : 8,4/10



N-1 : 8,6/10

SATISFACTION BORNE / DISTRIBUTEUR

Facilité d'utilisation des bornes d'achat / de rechargement



N-1 : 8,0/10

Satisfais 80%
Neutres 19%
Insatisfais 1%

Emplacement des bornes d'achat



N-1 : 7,9/10

Satisfais 90%
Neutres 5%
Insatisfais 5%

Le temps d'attente



N-1 : 8,4/10

Satisfais 95%
Neutres 3%
Insatisfais 2%

SATISFACTION SITE WEB / VENTE EN LIGNE

Facilité d'utilisation du site



N-1 : 8,6/10

Satisfais 85%
Neutres 13%
Insatisfais 2%

Facilité à trouver les informations



N-1 : 8,5/10

Satisfais 82%
Neutres 17%
Insatisfais 1%

Ergonomie du site

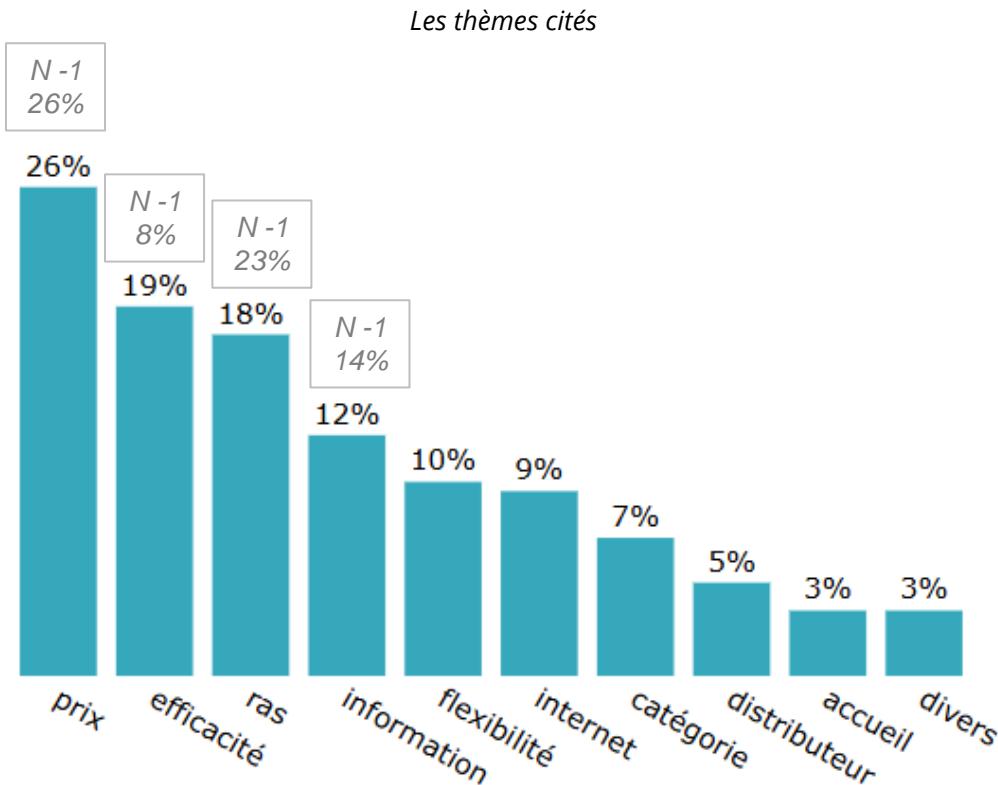


N-1 : 8,5/10

Satisfais 83%
Neutres 16%
Insatisfais 1%

Les points de vente - remarques

Concernant l'achat des forfaits, quel aspect pourrait-être amélioré ?
(202 réponses)



- **Prix** : Les avis mettent en avant le prix élevé des forfaits, en particulier pour les seniors, familles, et accompagnateurs. La frustration concerne aussi les réductions non accessibles, cartes non remboursables, et comparaisons défavorables avec d'autres stations. Les horaires des télésièges, les tarifs demi-journée et l'absence de tarifs adaptés pour certaines catégories ont aussi été critiqués.
- **Efficacité** : Les touristes demandent une procédure d'achat de forfaits plus intuitive et explicite, incluant la possibilité de scanner les cartes et de mémoriser les informations, tout en facilitant la réutilisation et la compatibilité des cartes de différentes stations.
- **Information** : Les touristes souhaitent une meilleure communication sur les options de forfaits, une assistance claire pour éviter les erreurs de sélection et la possibilité de réutiliser les anciennes cartes. Ils suggèrent d'améliorer les descriptions des forfaits spécifiques, d'optimiser l'achat en ligne et de mieux préciser les horaires et les réductions.
- **Flexibilité** : Les aspects de flexibilité évoqués incluent le souhait de forfaits adaptés aux besoins comme des forfaits de 2h, 4h, ou des formules partagées pour les parents, un paiement flexible, la possibilité de forfaits multi-jours non consécutifs, ainsi que l'amélioration de forfaits piétons et une meilleure gestion des dates de début.

Les remontées mécaniques – satisfaction

L'information au départ de la remontée mécanique



Satisfaits 87%
Neutres 12%
Insatisfaits 1%

N-1 : 8,7/10

Le temps d'attente aux remontées mécaniques



Satisfaits 84%
Neutres 13%
Insatisfaits 3%

N-1 : 8,4/10

L'accueil par le personnel à l'embarquement et au débarquement



Satisfaits 91%
Neutres 8%
Insatisfaits 1%

N-1 : 8,8/10

L'assistance à l'embarquement



Satisfaits 88%
Neutres 11%
Insatisfaits 1%

N-1 : 8,6/10

La propreté aux abords des remontées mécaniques



Satisfaits 95%
Neutres 5%
Insatisfaits 0%

N-1 : 9,0/10

La fiabilité des remontées mécaniques (arrêts fréquents, pannes...)



Satisfaits 87%
Neutres 12%
Insatisfaits 1%

N-1 : 8,4/10

Le confort des remontées mécaniques

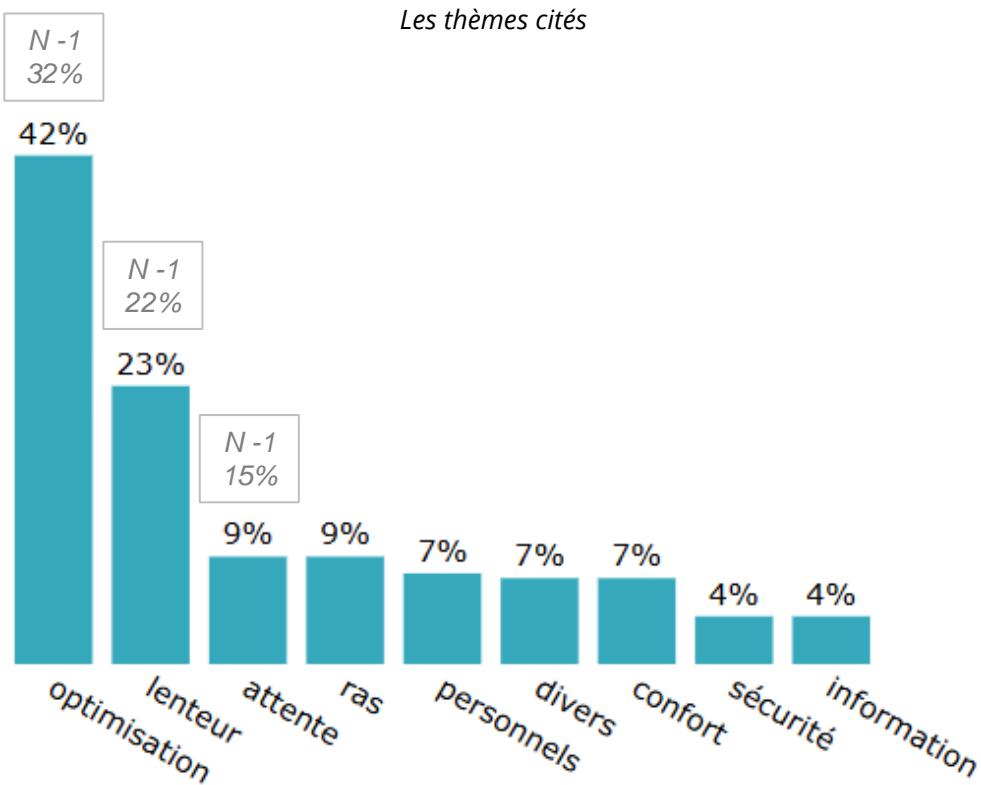


Satisfaits 76%
Neutres 19%
Insatisfaits 5%

N-1 : 8,2/10

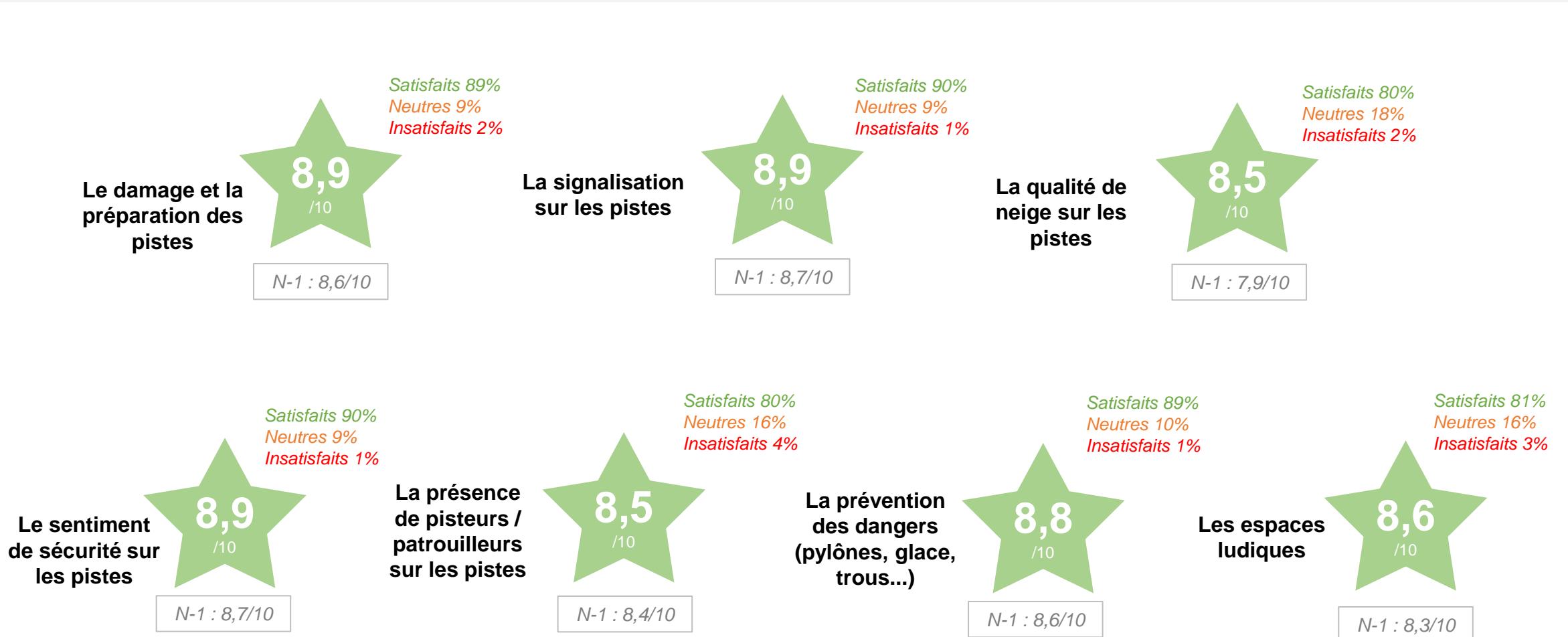
Les remontées mécaniques - remarques

Concernant les remontées mécaniques, quel aspect pourrait-être amélioré ?
(223 réponses)



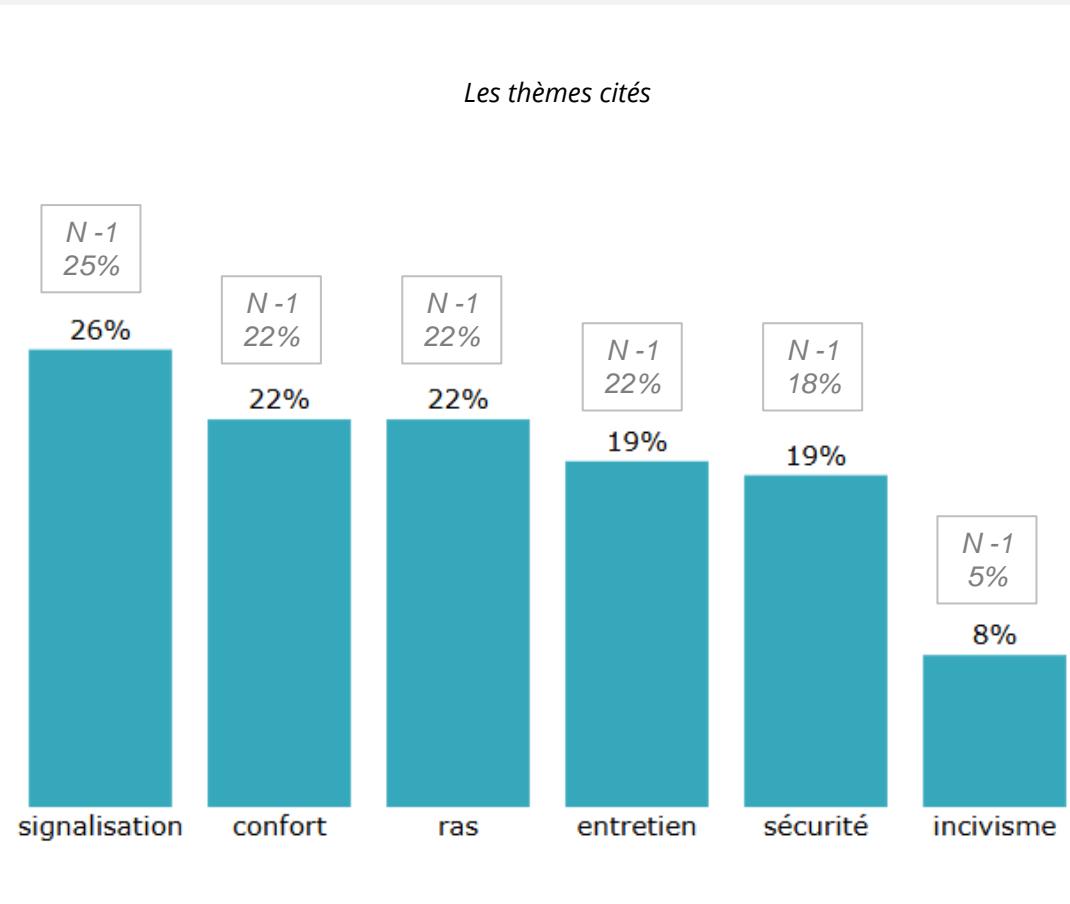
- **Optimisation** : Les avis soulignent la lenteur et le vieillissement des remontées, la présence excessive de téléskis peu adaptés, et un manque de modernisation avec une préférence pour des télésièges débrayables. Il y a aussi des demandes pour plus de télésièges, notamment pour mieux desservir le haut du domaine. La tarification est jugée élevée par rapport à l'étendue et l'état des équipements, ce qui incite certains à demander une révision des prix.
- **Lenteur** : Les touristes se plaignent principalement de la lenteur des remontées mécaniques, notamment des télésièges, avec un accent particulier sur les Bonnets Rouges. Ils souhaitent une augmentation de la vitesse et du débit.
- **Attente** : Les touristes soulignent des problèmes d'attente, particulièrement aux téléskis, exacerbés par un manque de gestion des files. Les solutions potentielles incluent l'amélioration du système d'organisation des files et le remplacement des tire-fesses par des télésièges pour optimiser le débit.
- **Personnels** : Les avis sur le personnel des remontées mécaniques sont globalement positifs, mettant en avant leur courtoisie, disponibilité, et amabilité, notamment envers les enfants. Quelques critiques mentionnent une amabilité variable et un manque de proactivité sous la pluie.
- **Divers** : Les touristes soulignent l'absence de télésièges confortables, des incohérences tarifaires et un manque d'informations sur les difficultés des pistes. Ils déplorent aussi, les problèmes de cartes de forfait et l'insuffisance de poubelles.

Les pistes et la sécurité - satisfaction



Les pistes et la sécurité - remarques

Concernant les pistes, leur entretien, le fléchage et la sécurité quel aspect pourrait-être amélioré ?
(126 réponses)



- **Signalisation** : Les touristes mentionnent des lacunes dans la signalisation des pistes, surtout pour les raquettes, avec des besoins d'amélioration du fléchage, de l'indication des kilomètres, des itinéraires et des dangers sur les pistes.
- **Confort** : Les avis mentionnent des problèmes de glace et de damage des pistes, des accès difficiles aux remontées avec escaliers raides et peu de pistes faciles pour débutants. Ils suggèrent aussi plus de pistes ludiques et une meilleure gestion des fermetures de pistes pour entraînements.
- **Entretien** : Les avis des touristes suggèrent d'améliorer le damage fréquent pour éliminer les plaques de glace et mieux préparer certaines pistes non damées, notamment au Grand Mont et à la Légette. Un pont au Planay éviterait de déchausser les skis. La plupart félicitent cependant la qualité de l'entretien et signalent le bon travail des dameurs, même si certains souhaitent que des pistes soient damées la veille.
- **Sécurité** : Les touristes soulignent des préoccupations de sécurité sur les pistes, telles que des infrastructures mal protégées, un manque de filets de sécurité et de signalisation, ainsi que des obstacles inattendus. L'amélioration des contrôles, la sécurisation des zones dangereuses par les filets et une meilleure prévention sont recommandées.
- **Incivisme** : Les avis critiquent principalement l'incivisme des skieurs rapides et dangereux, demandant plus de prévention, de sensibilisation, de contrôle et de sanctions pour mieux sécuriser les pistes.



05



Satisfaction clients

Satisfaction globale séjour

Quelle est votre appréciation générale de votre séjour ?

Satisfaits 89%
Neutres 10%
Insatisfaits 1%

N-1 : 8,5/10



Les notes les moins bonnes :
Vie après-ski / hors-ski : 3,3
Parkings / stationnement : 4,4

Satisfaction globale séjour par profil client

Note par région d'origine client

Normandie **8,7**
PACA **9,0**
Île-de-France **8,8**
Occitanie **8,4**
Hauts de France **9,0**
AURA **8,6**
Bretagne **8,8**

Note âge des clients

18 – 24 ans **8,3**
25 – 34 ans **8,4**
35 – 44 ans **8,7**
45 – 54 ans **8,8**
55 – 64 ans **8,9**
Plus de 64 ans **8,9**

Note par revenu du ménage du client

Moins de 1500€ **9,2**
1500-3000€ **9,0**
3000-4500€ **8,8**
4500-6000€ **8,7**
6000-10000€ **8,9**
Plus de 10000€ **8,3**
NSP **8,6**

Note par durée de séjour

Court séjour (1-5 nuits) **8,7**
Semaine (6-8 nuits) **8,8**
Plus de 9 nuits **8,8**

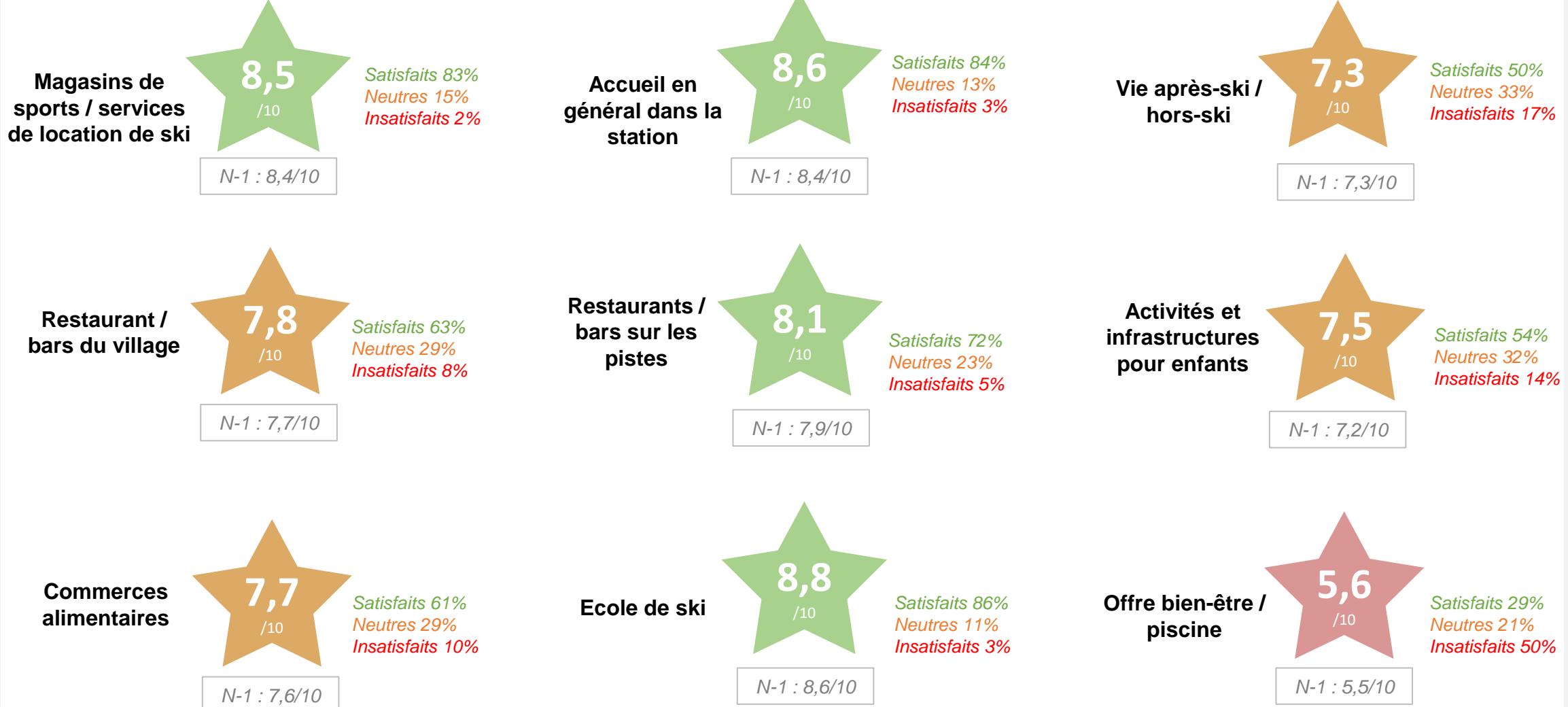
Note par budget total séjour dépensé

Moins de 500€ **8,5**
500-1000€ **8,9**
1000-1500€ **8,6**
1500-2000€ **8,9**
2000-2500€ **9,0**
2500-3000€ **8,7**
3500-5000€ **8,7**
Plus de 5000€ **8,5**

Note par typologie de client

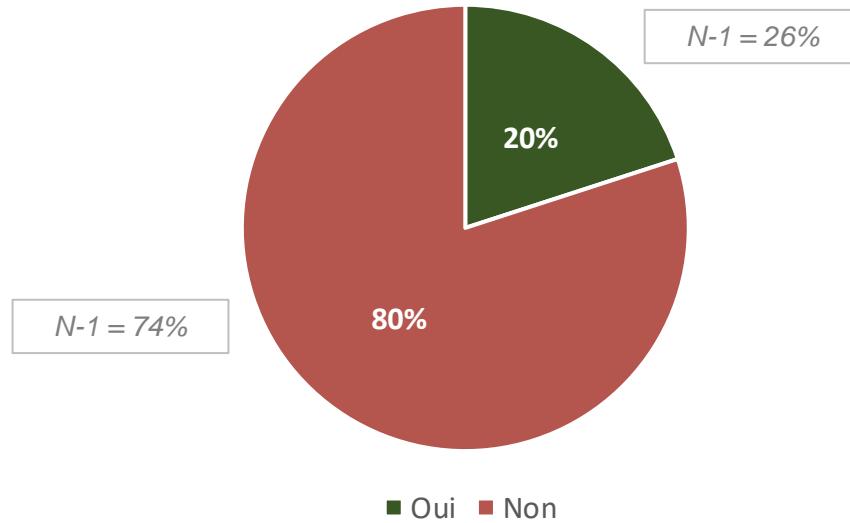
Client fidèle **8,9**
Nouveau client **8,5**

Offres et commerces - satisfaction

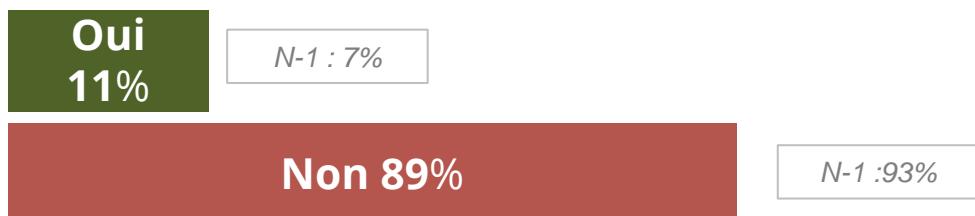


La garderie « Les Ptites Frimousses »

Connaissez-vous la garderie « les Ptites Frimousses » ?



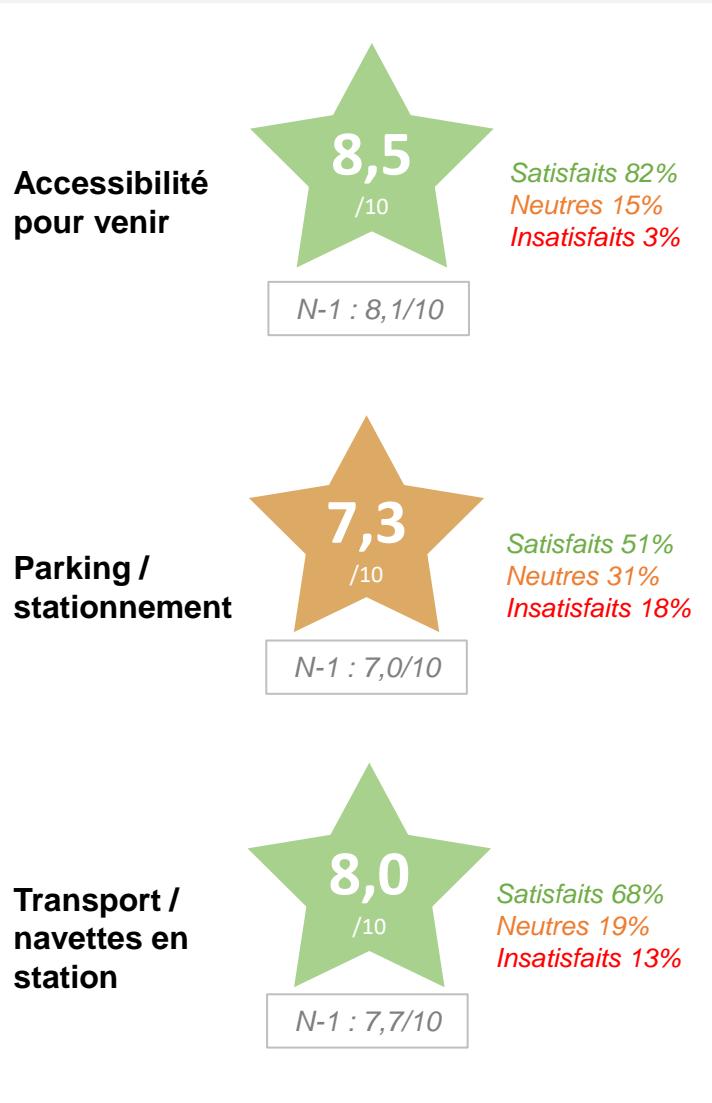
Avez-vous laissé vos enfants à la garderie « les Ptites Frimousses » ?



Quelle est votre appréciation sur la garderie « les Ptites Frimousses » ? (15 réponses)



La mobilité – satisfaction et remarques (1/2)



Quelles sont vos remarques ou suggestions à propos des services de transport du village (accessibilité, parking, navettes, vélos...) ?
(355 réponses)

Synthèse des thèmes essentiels

- **Stationnement** : Les touristes soulignent un manque de places de stationnement et regrettent la décision de rendre certains parkings payants, notamment au Planay. La qualité des parkings est critiquée. Un système amélioré de transport, incluant plus de navettes, est souhaité. La difficulté à se garer, surtout en haute saison, est un problème récurrent. Un parking situé à l'entrée du village est suggéré pour réduire la circulation.
- **Fréquence** : Les touristes demandent une augmentation de la fréquence des navettes, notamment aux heures de pointe, pour réduire l'utilisation des voitures. Ils suggèrent aussi des navettes plus grandes et fréquentes des zones éloignées et une meilleure coordination avec les horaires de ski et de transport public.
- **Amplitude** : Les touristes suggèrent d'augmenter la fréquence des navettes, notamment aux heures de pointe et en fin de journée, et de couvrir les pauses de midi. Les amplitudes horaires actuelles sont jugées insuffisantes, provoquant des désagréments comme des navettes bondées et l'utilisation forcée des voitures.
- **Carence** : Le stationnement est insuffisant, surtout au Planay, et la saturation des voitures inquiète. Le réseau de navettes et bus est jugé limité, leur fréquence et synchronisation avec les trains d'Albertville doivent être améliorées pour éviter les attentes prolongées et réduire l'usage des taxis coûteux. Le développement des transports en commun est préconisé pour limiter l'afflux de voitures, en rendant la station plus piétonne et en augmentant les navettes électriques ou au gaz. Le besoin de bornes de recharge, de zones de covoiturage, et d'aires pour camping-cars est également souligné.

La mobilité – satisfaction et remarques (2/2)

Vous êtes-vous rendu dans la station en voiture électrique ou hybride ?

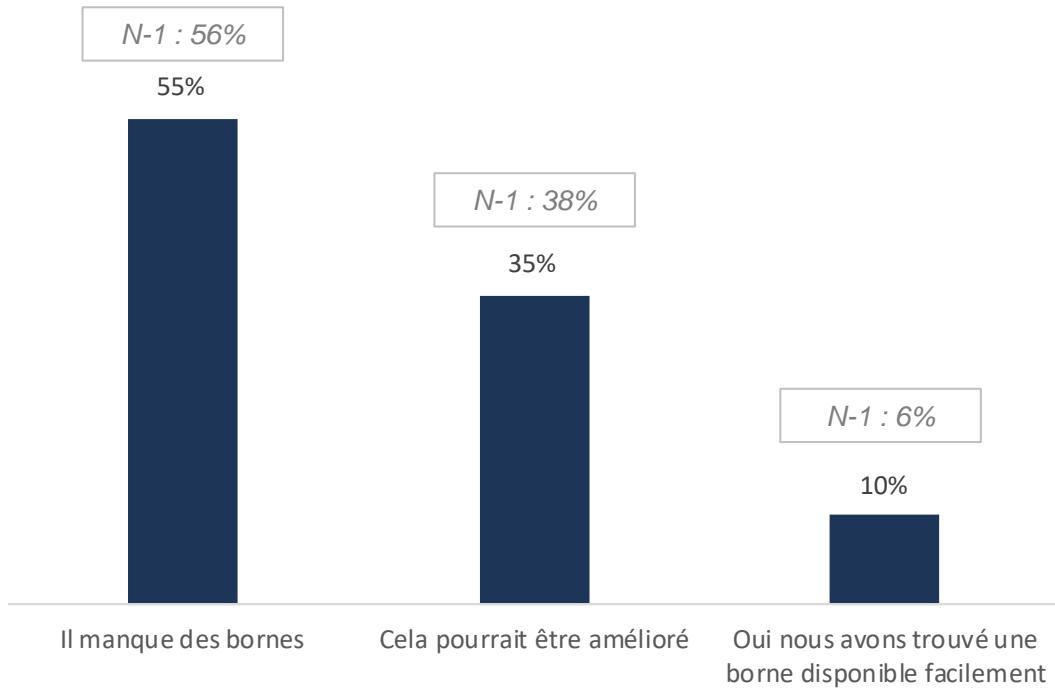
Oui
10%

N-1 : 9%

Non 90%

N-1 : 91%

Est-ce que la disponibilité des bornes de recharge électrique est suffisante sur la station :



Satisfaction Système navette

Pendant votre séjour, avez-vous utilisé au moins une fois le système de navette gratuites de la station ?

N-1 : 60%

Oui 59%

Non 41%

N-1 : 40%

Quelle est votre appréciation sur la qualité des services délivrés par les navettes de la station :

Lisibilité des supports d'information



Satisfais 74%
Neutres 22%
Insatisfais 4%

N-1 : 8,1/10

Respect des horaires



Satisfais 82%
Neutres 13%
Insatisfais 5%

N-1 : 8,4/10

Horaires adaptés à vos besoins



Satisfais 59%
Neutres 25%
Insatisfais 16%

N-1 : 7,4/10

Matérialisation des arrêts



Satisfais 72%
Neutres 22%
Insatisfais 6%

N-1 : 7,8/10

Confort des navettes



Satisfais 69%
Neutres 24%
Insatisfais 7%

N-1 : 7,7/10

Accueil / amabilité du conducteur



Satisfais 85%
Neutres 12%
Insatisfais 3%

N-1 : 8,6/10

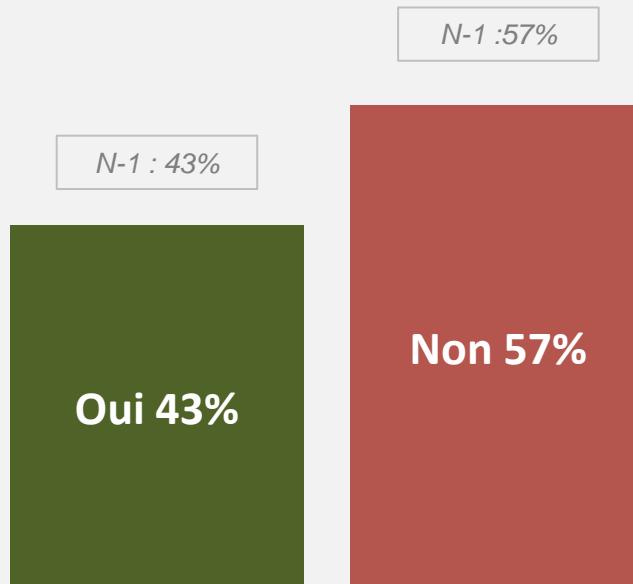
Propreté des navettes



Satisfais 76%
Neutres 18%
Insatisfais 6%

N-1 : 8,0/10

Pendant votre séjour, vous êtes-vous personnellement rendu à l'Office de Tourisme ?



*Pour quelles raisons n'êtes-vous pas allé à l'Office de Tourisme
(310 réponses)*

- **Connaissance de la station** : La majorité des touristes connaissent déjà la station très bien et n'ont pas ressenti le besoin de se rendre à l'Office du Tourisme pour des informations supplémentaires.
- **Informations disponibles ailleurs** : Les informations nécessaires étaient souvent disponibles dans leur hébergement, via des agences, ou en ligne. Cela a rendu la visite à l'Office du Tourisme non essentielle.
- **Utilisation internet / téléphone** : De nombreux touristes ont utilisé l'internet et le téléphone pour obtenir les informations nécessaires, trouvant ces moyens suffisants pour leurs besoins.
- **Accessibilité** : Certains visiteurs ont mentionné la difficulté d'accès à l'Office de Tourisme, que ce soit en raison de la distance ou de la logistique (voiture, navettes).
- **Durée et objectif du séjour** : Pour certains, la courte durée ou le focus exclusif sur le ski de leur séjour a éliminé le besoin d'autres informations ou d'activités.
- **Manque de temps** : Quelques touristes n'ont tout simplement pas eu le temps de se rendre à l'Office de Tourisme pendant leur séjour.
- **D'autres membres s'en sont chargés** : Dans certains cas, d'autres membres du groupe ou de la famille s'étaient déjà rendus à l'Office ou avaient recueilli les informations nécessaires.

L'Office de Tourisme – satisfaction

La disponibilité et l'amabilité du personnel



*Satisfaits 95%
Neutres 4%
Insatisfaits 1%*

N-1 : 9,0/10

Information en libre service



*Satisfaits 91%
Neutres 8%
Insatisfaits 1%*

N-1 : 8,8/10

Horaires d'ouverture



*Satisfaits 92%
Neutres 6%
Insatisfaits 2%*

N-1 : 8,8/10

Le temps d'attente dans les locaux



*Satisfaits 92%
Neutres 7%
Insatisfaits 1%*

N-1 : 9,0/10

La qualité de la réponse faite à votre demande



*Satisfaits 92%
Neutres 5%
Insatisfaits 3%*

N-1 : 8,8/10

Documents proposés



*Satisfaits 93%
Neutres 6%
Insatisfaits 1%*

N-1 : 8,9/10

Commodité des locaux



*Satisfaits 91%
Neutres 7%
Insatisfaits 2%*

N-1 : 8,7/10

La qualité du site internet

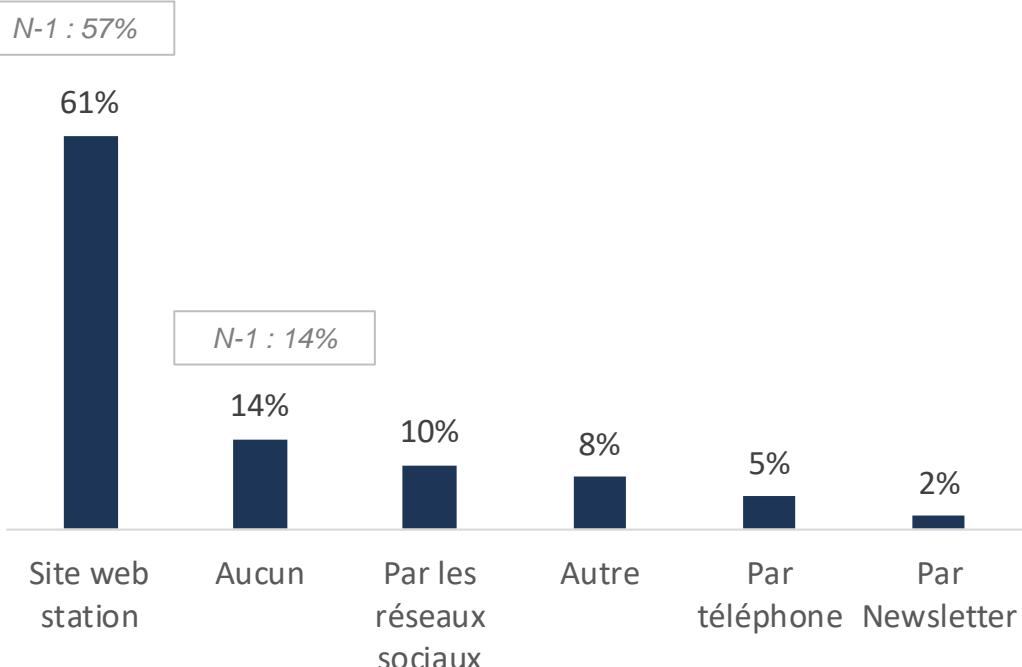


*Satisfaits 83%
Neutres 13%
Insatisfaits 4%*

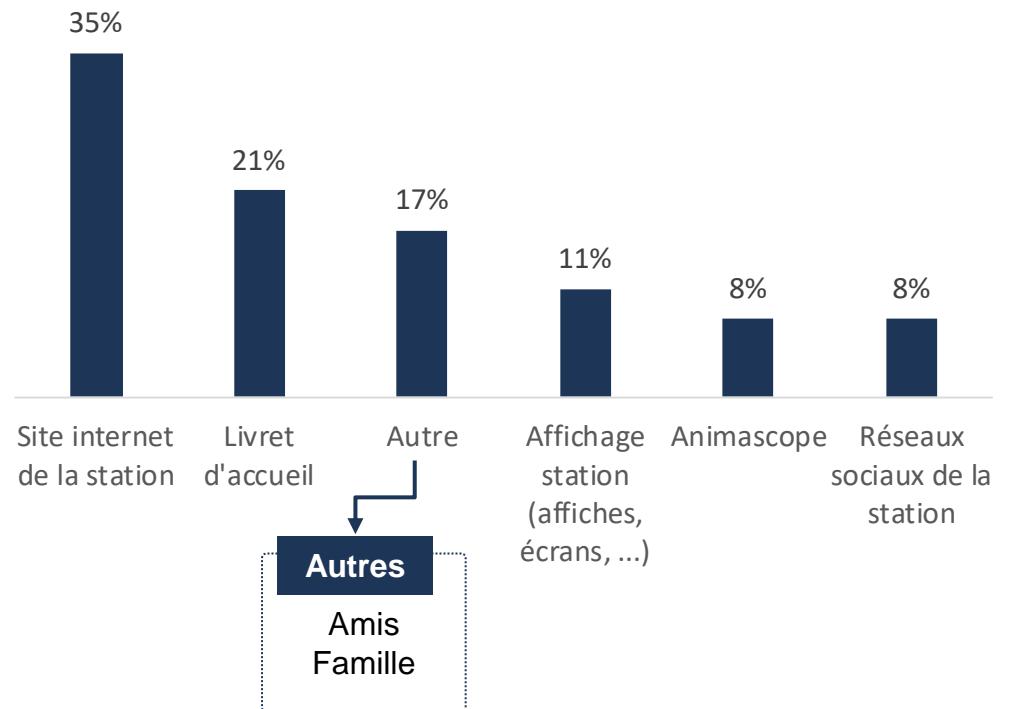
N-1 : 8,5/10

L'Office de Tourisme – informations

Par quel moyen avez-vous eu les informations station avant votre séjour ?

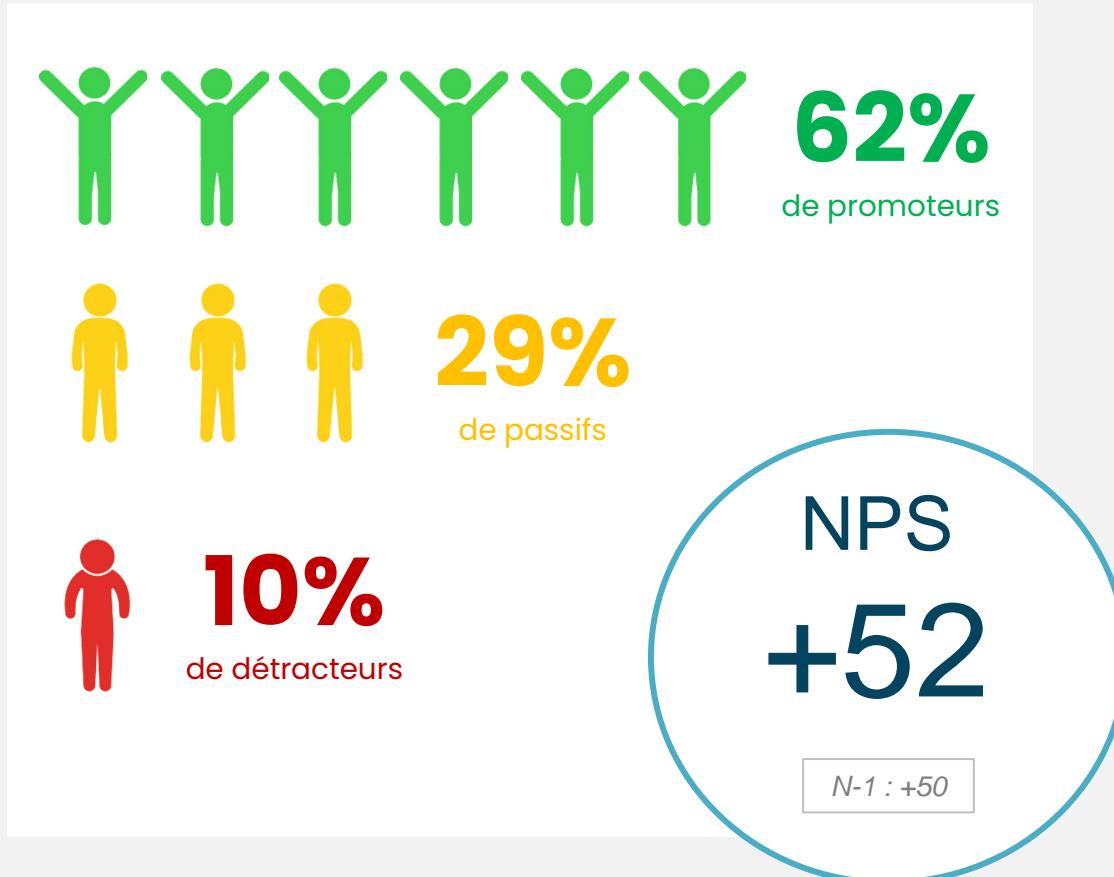


Sur quel support avez-vous trouvé les infos sur les activités et commerces de la station une fois sur place ?



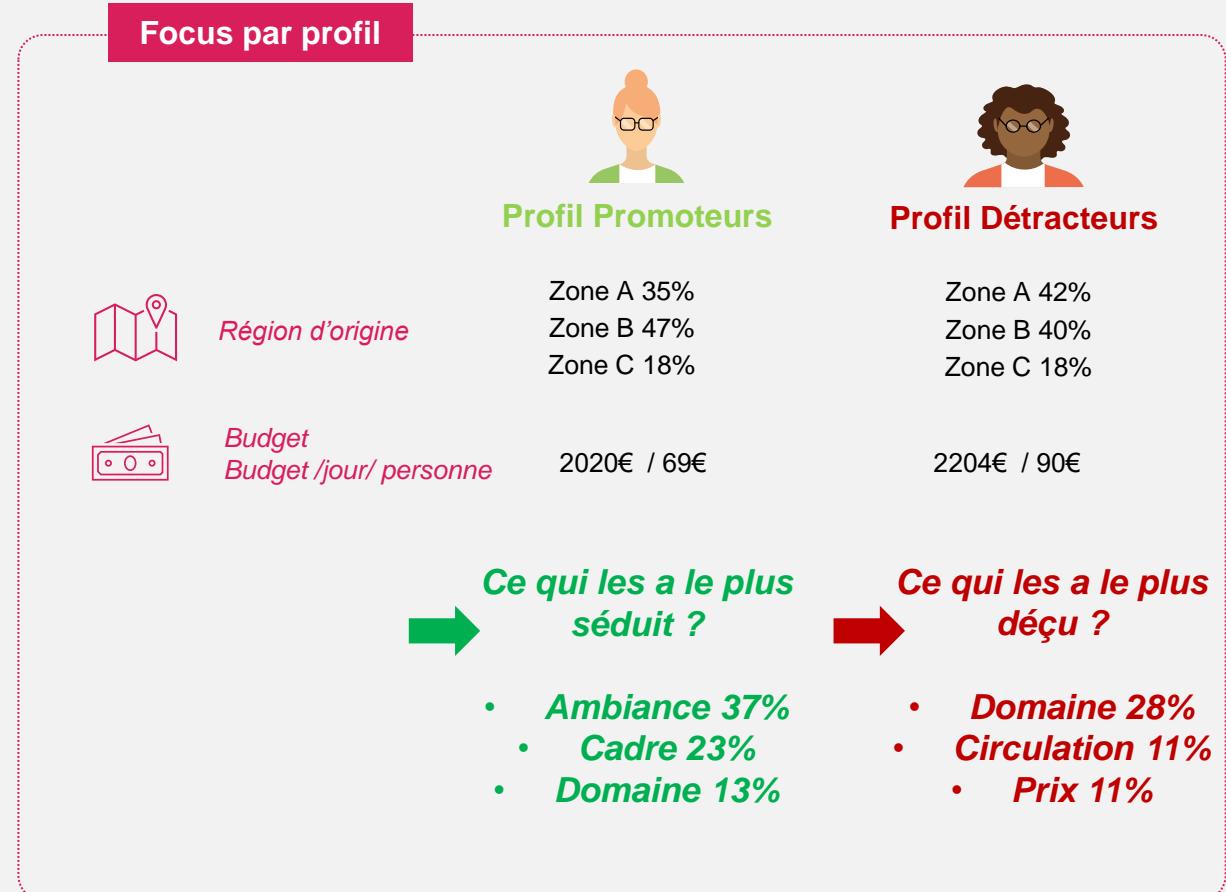
Indice de recommandation (NPS)

Avec quelle probabilité pensez-vous recommander cette station à vos proches ?



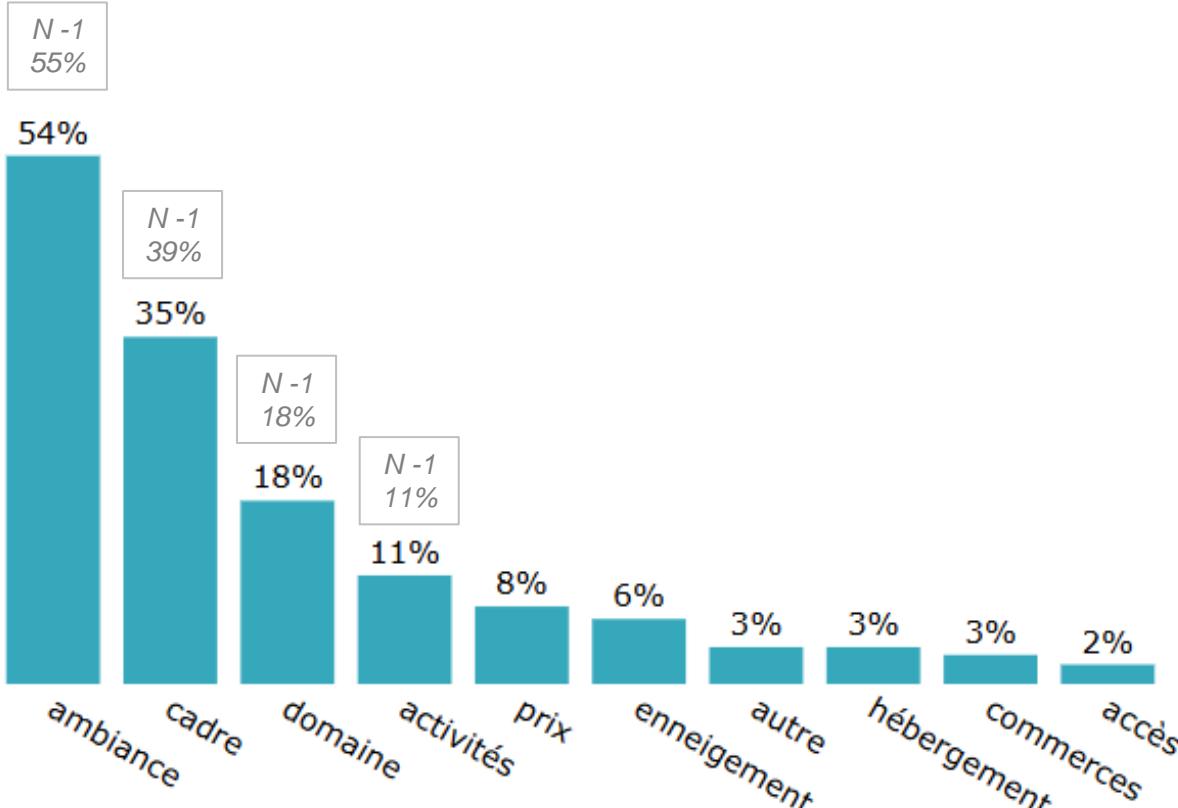
→ [En savoir plus sur le NPS ?](#)

Le Net Promoter Score est un indicateur de fidélité client. Il évalue dans quelle mesure le répondant recommande la station à ses amis, ses proches ou ses collègues. Il permet de classer les clients en trois catégories selon leur degré d'enthousiasme : promoteurs (score de 90% ou 100%), passifs (score de 70% ou 80%), détracteurs (score de 0% à 60%). Le NPS est calculé en prenant le pourcentage de promoteurs et en y soustrayant le pourcentage de détracteurs. Un NPS positif est considéré comme indication d'une bonne satisfaction des clients et par conséquent d'une bonne recommandation.



Les facteurs de fidélisation ☺

Quels aspects de votre séjour vous donnent le plus envie de revenir ?
(598 réponses)

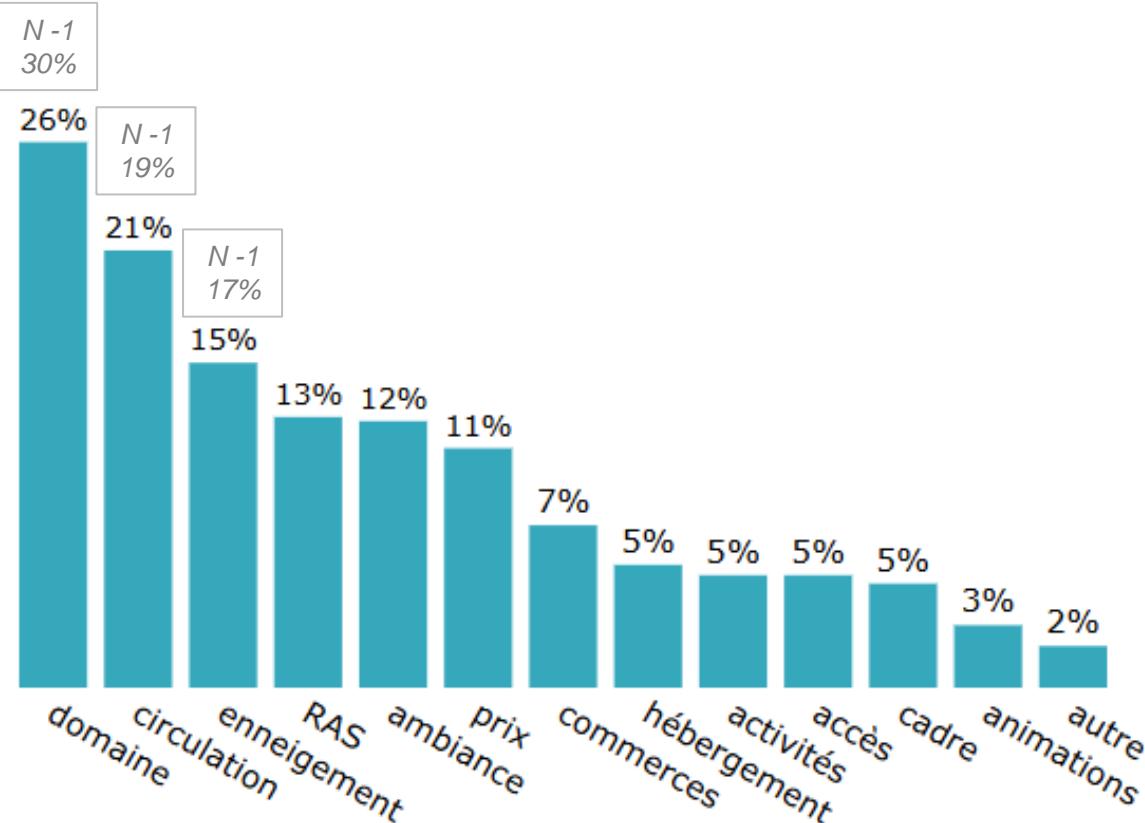


Synthèse des thèmes essentiels

- **Ambiance** : Les touristes apprécient l'ambiance conviviale et familiale d'une station à taille humaine, préservant son authenticité avec une faible affluence, la sympathie des locaux et la qualité des infrastructures.
- **Cadre** : Les touristes apprécient le cadre authentique et préservé de la station, son ambiance familiale, la beauté des paysages et le charme du village.
- **Domaine** : Les avis soulignent la qualité et la préservation du domaine skiable, l'authenticité et le charme du village, la tranquillité et la variété des pistes, ainsi que l'accessibilité et les tarifs raisonnables, notamment pour les familles. L'enneigement, la beauté des paysages et les produits locaux sont également appréciés.
- **Activités** : Les avis des touristes soulignent l'attrait de la station pour ses multiples activités, particulièrement le ski et le ski de randonnée. Ils apprécient également la diversité des activités tout au long de l'année, incluant randonnée, sports divers, et bien-être. Le cadre préservé et la tranquillité sont aussi des éléments réguliers d'éloge.
- **Prix** : Les touristes apprécient les prix abordables pour les forfaits et hébergements.

Les facteurs d'attrition 😞

Quels aspects de votre séjour vous donnent le moins envie de revenir ?
(461 réponses)

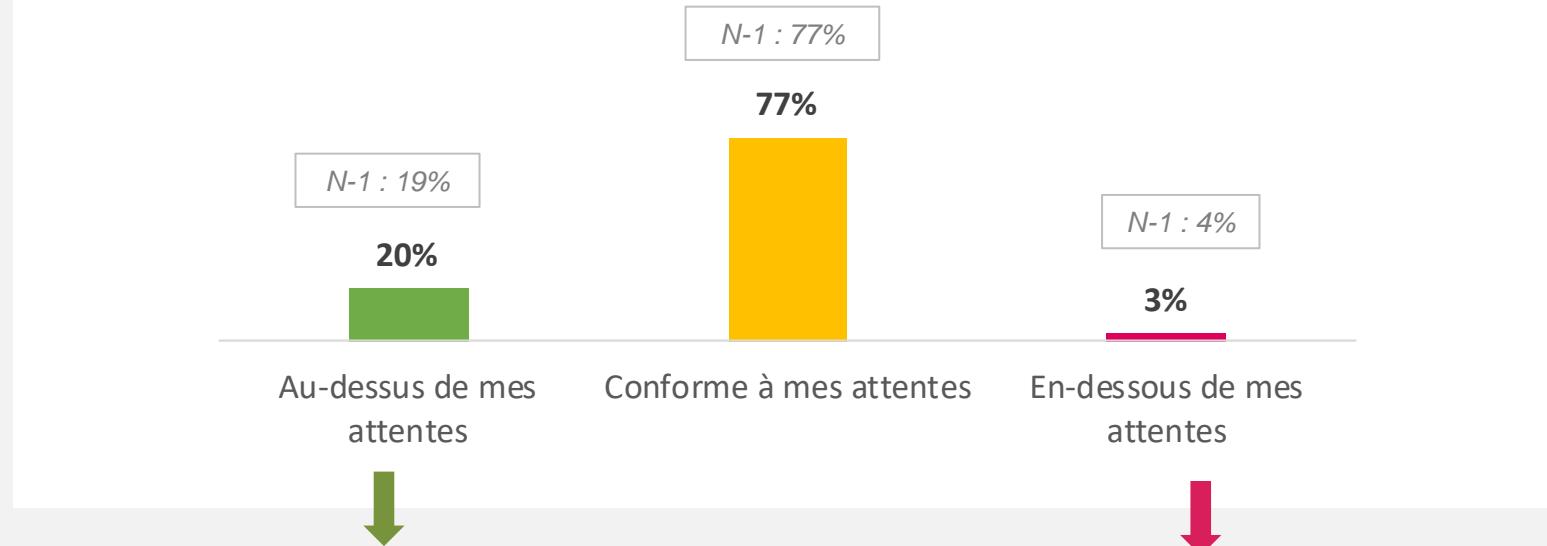


Synthèse des thèmes essentiels

- **Domaine** : Les avis des touristes révèlent que les principales préoccupations concernant la petite taille du domaine skiable, le manque de variété et de développement des pistes, des remontées mécaniques vieillissantes et lentes, ainsi que la question des tarifs des forfaits jugés élevés. De plus, l'accessibilité au domaine, le besoin d'animations pour jeunes adultes, des infrastructures alternatives limitées, des navettes insuffisantes et l'obligation de prendre sa voiture sont également évoqués.
- **Circulation** : Les touristes expriment des préoccupations majeures liées au stationnement difficile, avec des parkings payants notamment au Planay, et un système de navettes insuffisant en nombre et en fréquence. La surpopulation des navettes, les embouteillages et l'obligation fréquente d'utiliser la voiture pour se déplacer nuisent à l'expérience globale.
- **Enneigement** : Les avis des touristes soulèvent principalement des préoccupations concernant le manque d'enneigement, attribué à la faible altitude et au réchauffement climatique, entraînant une qualité de neige souvent décevante, surtout en bas des pistes.

Et finalement ?

Au global, votre passage dans la station, a-t-il été au-dessus, conforme ou en-dessous de vos attentes ?



Qu'est-ce qui vous a le plus agréablement surpris ? (108 réponses)

Qu'est-ce qui vous a le plus déçu ? (22 réponses)

A word cloud centered around the words 'piste' and 'village'. The words are in red and vary in size. Other words include 'station', 'remontée mécanique', 'niveau', 'stationnement', 'forfait', 'guide', 'horaire', 'garage', 'service', 'accueil', 'magnifique', 'peur', 'appartement', 'groupe', 'neige', 'région', 'charge', 'raquette', 'bus', 'coeur', 'rouge', 'déception', 'cité', 'navette', 'randonnée', 'pharmacie', 'temps', 'enneigement', 'logement', 'local', 'passage', 'prise', 'solution', 'rue', 'qualité', 'ski', 'voiture', 'long', 'sejour', and 'météo'.

06

Synthèse

Synthèse

Une clientèle fidèle, familiale et ancrée dans le territoire

L'étude révèle un public fidèle, à dominante familiale, avec un âge moyen de 51 ans et une composition de séjour typiquement centrée sur des groupes de quatre à cinq personnes. La fidélité apparaît comme un marqueur fort, puisque 74 % des répondants ont déjà séjourné dans la station auparavant, ce qui souligne un attachement significatif au territoire. La clientèle provient majoritairement de la zone académique A (région AURA principalement), avec une prédominance notable des réservations marchandes réalisées via des plateformes de location en ligne ou par l'intermédiaire d'agences immobilières de la station. Le budget moyen par séjour s'établit autour de 2 000 euros, avec une dépense journalière avoisinant les 70 euros par personne, ce qui positionne la station dans une gamme intermédiaire.

Une image de station familiale bien installée dans les motivations de choix

Les critères de choix exprimés par les visiteurs confortent l'image d'une station familiale, conviviale et accessible en termes de tarifs, avec une forte valorisation du domaine skiable et de l'ambiance présente à Arêches Beaufort. Le processus de réservation reste globalement bien anticipé, avec une moyenne de 100 jours avant l'arrivée, et des disparités selon les périodes de séjour, notamment un délai significativement plus long pour les réservations concernant les vacances d'hiver. La Centrale de Réservation joue un rôle clé dans la dynamique touristique de la station, représentant environ 12 % des séjours. Véritable levier d'attractivité, elle s'affirme comme un capteur efficace de nouveaux clients. Ce positionnement mérite d'être souligné. Au vu de ses performances, il serait pertinent qu'elle renforce encore sa présence, en particulier sur la zone B, qui se distingue par le meilleur panier moyen, un fort potentiel de séjours ski à packager, ainsi qu'un taux de satisfaction élevé.

Stimuler la pratique ski : des leviers d'optimisation

Sur le segment ski, Arêches rencontre quelques difficultés à engager ses clients sur des séjours longs : la durée moyenne de pratique (4,5 à 4,9 journées-skieurs) reste inférieure d'une demi-journée à celle observée sur le marché. Pour stimuler cette pratique, plusieurs pistes peuvent être envisagées. La création d'un forfait flexible type « 5 jours sur 7 » à un tarif légèrement inférieur au forfait 6 jours permettrait de mieux s'adapter aux attentes des clients. Par ailleurs, il serait judicieux de renforcer l'attractivité du forfait 6 jours en y intégrant des services additionnels, comme l'offre de la première demi-journée de ski dès le samedi après-midi pour les arrivées anticipées (forfait valable du dimanche au vendredi). Le développement de nouvelles activités hors-ski et d'infrastructures de bien-être ou ludiques offrirait une réponse qualitative aux attentes des non-skieurs et renforcerait l'attractivité en cas de conditions météo défavorables, qui pourraient être inclus dans des forfaits à engagement.

Ski de randonnée : un positionnement pionnier à valoriser

Arêches s'impose comme un leader historique sur le segment du ski de randonnée. La station a fait très tôt le choix stratégique de miser sur cette pratique, parfaitement en phase avec son territoire sauvage et son identité forte. Cet engagement affirmé doit être davantage valorisé, d'autant que la tendance actuelle confirme un potentiel de développement prometteur. Aujourd'hui, 15 à 16% des séjournants s'adonnent au ski de randonnée, avec un temps fort emblématique : la Pierra Menta, événement majeur.

Une satisfaction globale élevée mais des irritants persistants

L'analyse de la satisfaction globale met en évidence une note moyenne de 8,8 sur 10 pour l'ensemble du séjour, avec un Net Promoter Score de +52, traduisant une dynamique de recommandation très positive. Les éléments les plus appréciés relèvent de l'ambiance générale, du cadre naturel et du domaine skiable de la station. En revanche, plusieurs irritants émergent de manière récurrente, notamment la vétusté et la lenteur de certaines remontées mécaniques, des tarifs perçus comme élevés et peu flexibles pour certaines catégories de clientèles ou encore un manque de place de stationnement important.

Une expérience de mobilité perfectible

En complément, la perception de la mobilité au sein de la station soulève plusieurs critiques structurantes, en particulier sur le manque de places de stationnement, l'insuffisance des navettes aux heures de pointe, et l'absence d'une véritable stratégie de mobilité douce ou électrique. Ces éléments contribuent à un ressenti d'engorgement en haute saison et à une complexité logistique dans l'accès aux infrastructures.



- • •
- • •
- • •



MERCI !

Contact

Julie BALMET

Responsable Enquêtes

julie.balmet@g2a-consulting.fr

06 61 90 90 35



ANNEXES

- ❖ **Lien pour la consultation du questionnaire (WORD) :**
https://g2a-consulting-a.sphinxonline.net/g2a/H25_TC_VF/questionnaire_arèches.htm
- ❖ **Lien pour la consultation de la significativité des résultats (WORD) :**
https://g2a-consulting-a.sphinxonline.net/g2a/H25_TC_VF/lien_significativite.htm
- ❖ **Lien pour la consultation du Benchmark :**
https://g2a-consulting-a.sphinxonline.net/g2a/H25_TC_VF/benchmark.htm
- ❖ **La traduction du questionnaire de l'enquête est sous-traitée, validée et contrôlée par notre prestataire extérieur :**
 - ❖ *D. Reisman pour l'anglais*
- ❖ **Modèle de pondération appliqué :**
 - ❖ *Redressement : par période et réservation interlocuteur (représentativité de l'échantillon collecté)*
 - ❖ *Données de référence : Observatoire de l'Activité Touristique G2A.*