



# → Observatoire de l'activité touristique

Etat des réservations au 1<sup>er</sup> février 2016



Votre Observatoire de l'Activité Touristique :



Outil de pilotage stratégique de la destination.



Objectif: **définir un PLAN D' ACTIONS pour dynamiser la fréquentation touristique.**

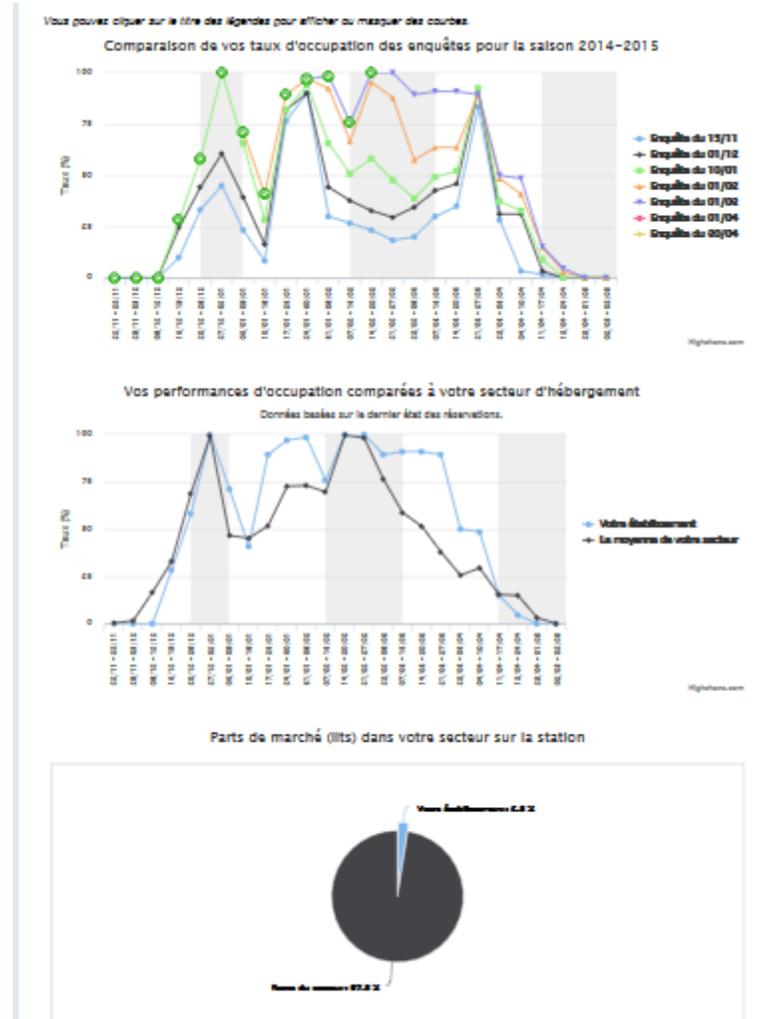
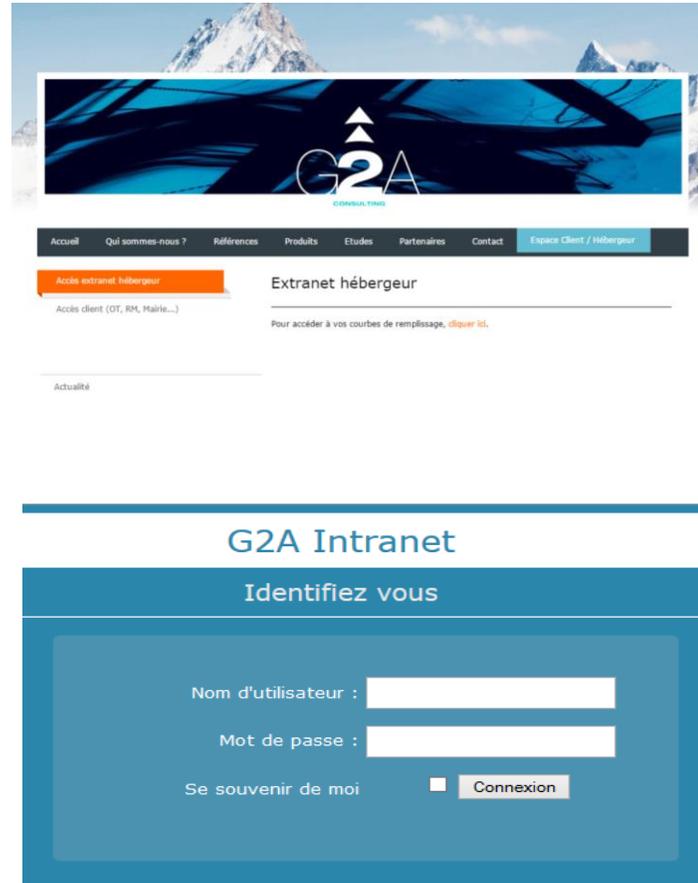
- Des **préconisations à chaque état de réservations** afin de cibler les actions à mettre en œuvre
- Des **comparatifs stations** permettant de se situer vis-à-vis d'un territoire ou à l'échelle du massif alpin
- Une **aide au pricing pour adapter au mieux la politique tarifaire** future en fonction du calendrier, de la clientèle et du remplissage de la station
- Des **séances de travail initiées et accompagnées pour les socio-professionnels du territoire** (hébergeurs, agences immobilières, centrale de réservation, etc) en fonction des thèmes émergents dans les préconisations
- Un **extranet sécurisé à disposition de chaque hébergeur**, actualisé à chaque prévisionnel, pour se situer à l'échelle de son secteur d'activité mais aussi à l'échelle de la station

## Un outil station :

- **Actions commerciales** à engager
- **Dynamique** locale à mener.

## Un outil hébergeur:

- **Un extranet sécurisé à votre disposition** dès ce début de saison :
  - Les évolutions de vos réservations entre les prévisionnels.
  - Vos performances comparées à votre secteur
  - Votre part de marché (lit).
- **Une équipe à disposition.**

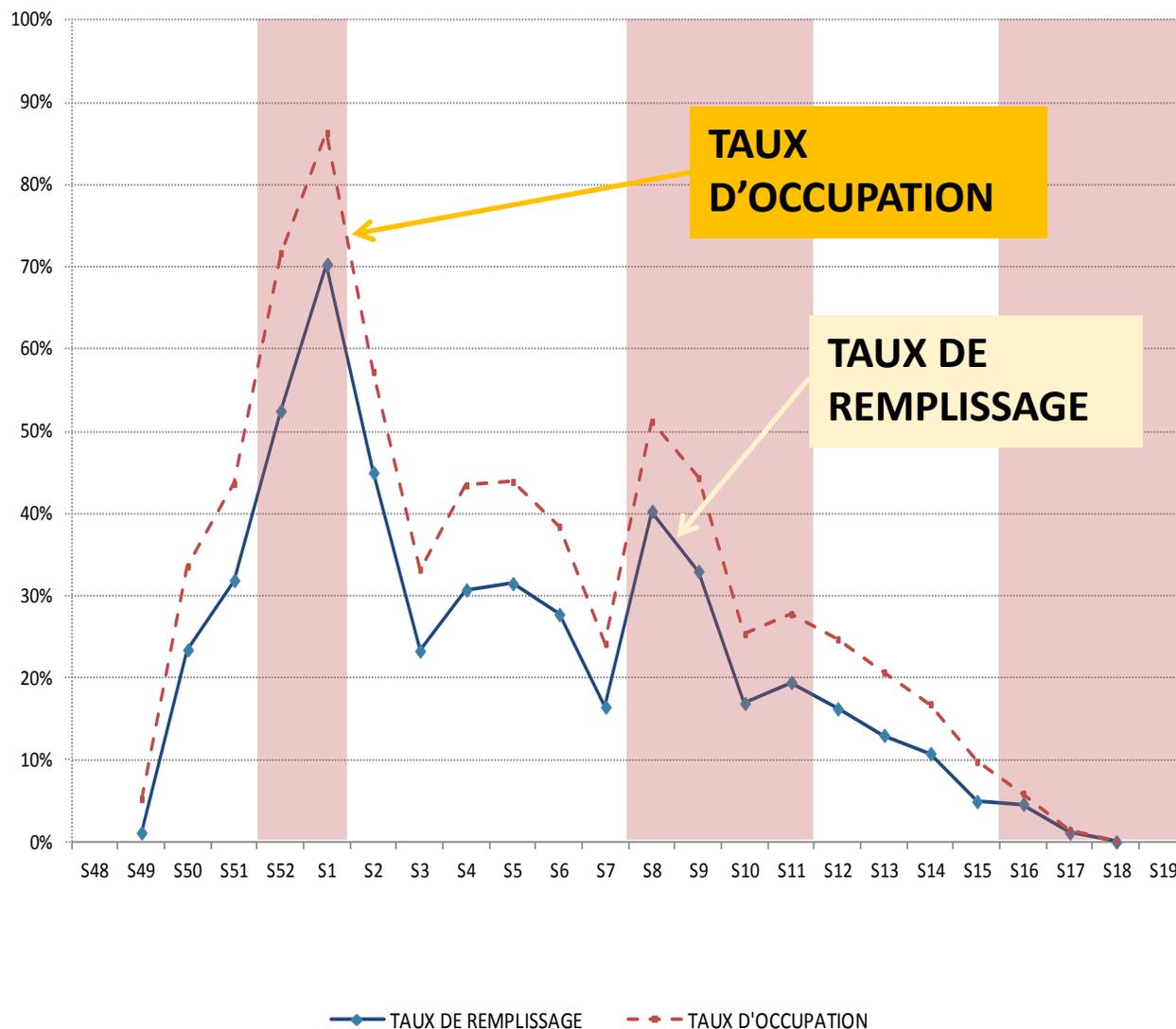


Type de lit	LITS CHAUDS (PRO)		LITS TIEDES	LITS FROIDS
Exposition	Lits professionnels à forte exposition commerciale	Lits professionnels à exposition commerciale modérée	Lits tièdes à exposition commerciale modérée	Lits froids "sans exposition commerciale"
Code BDD	CHAUD_PRO	CHAUD_PRO_DIFFUS	TIEDE_LOUEUR	FROID
Catégorie	Hotel Résidence de tourisme Village vacances x	Centrale de réservation Agence immobilière Résidence en multipropriété Camping	Gites de France CléVacances Offre C2C Liste des loueurs	Résidence secondaire

→ Les agences immobilières rentrent dans la catégorie des lits chauds.

→ Une distinction est faite en matière d'exposition commerciale et de gestion avec les autres lits chauds (résidences de tourisme, hôtels...)

TAUX DE REMPLISSAGE DES NUITÉES VS TAUX D'OCCUPATION



**QUELLE EST LA DIFFÉRENCE ENTRE UN TAUX D'OCCUPATION ET UN TAUX DE REMPLISSAGE?**

- LE **TAUX D'OCCUPATION** INDIQUE L'OCCUPATION MOYENNE D'UN HÉBERGEMENT (APPARTEMENT OU CHAMBRE) SUR UNE PÉRIODE DONNÉE.
- LE **TAUX DE REMPLISSAGE** CORRESPOND AU **NOMBRE DE PERSONNES SÉJOURNANT DANS CE BIEN PAR RAPPORT À LA CAPACITÉ D'ACCUEIL TOTALE.**

LE TAUX DE REMPLISSAGE EST GÉNÉRALEMENT INFÉRIEUR AU TAUX D'OCCUPATION CAR UN APPARTEMENT OU UNE CHAMBRE EST RAREMENT OCCUPÉ PAR LE NOMBRE DE PERSONNES MAXIMUM.

EXEMPLE :

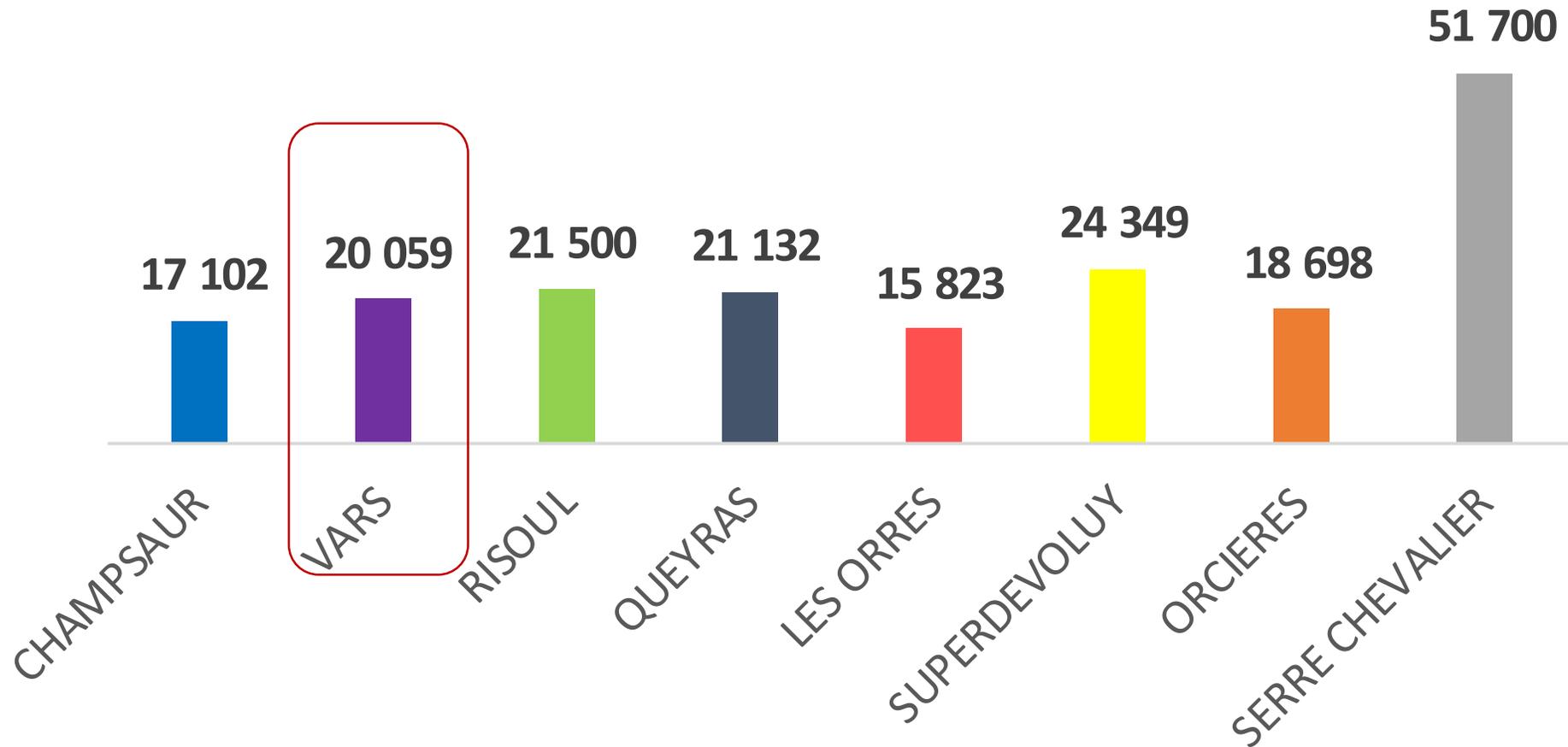
UNE CHAMBRE DE 4 PERSONNES EST OCCUPÉE PENDANT 1 SEMAINE COMPLÈTE:

- ➡ TAUX D'OCCUPATION: 100%.
- ➡ 2 PERSONNES Y ONT SÉJOURNÉ:
- ➡ TAUX DE REMPLISSAGE: 50%.



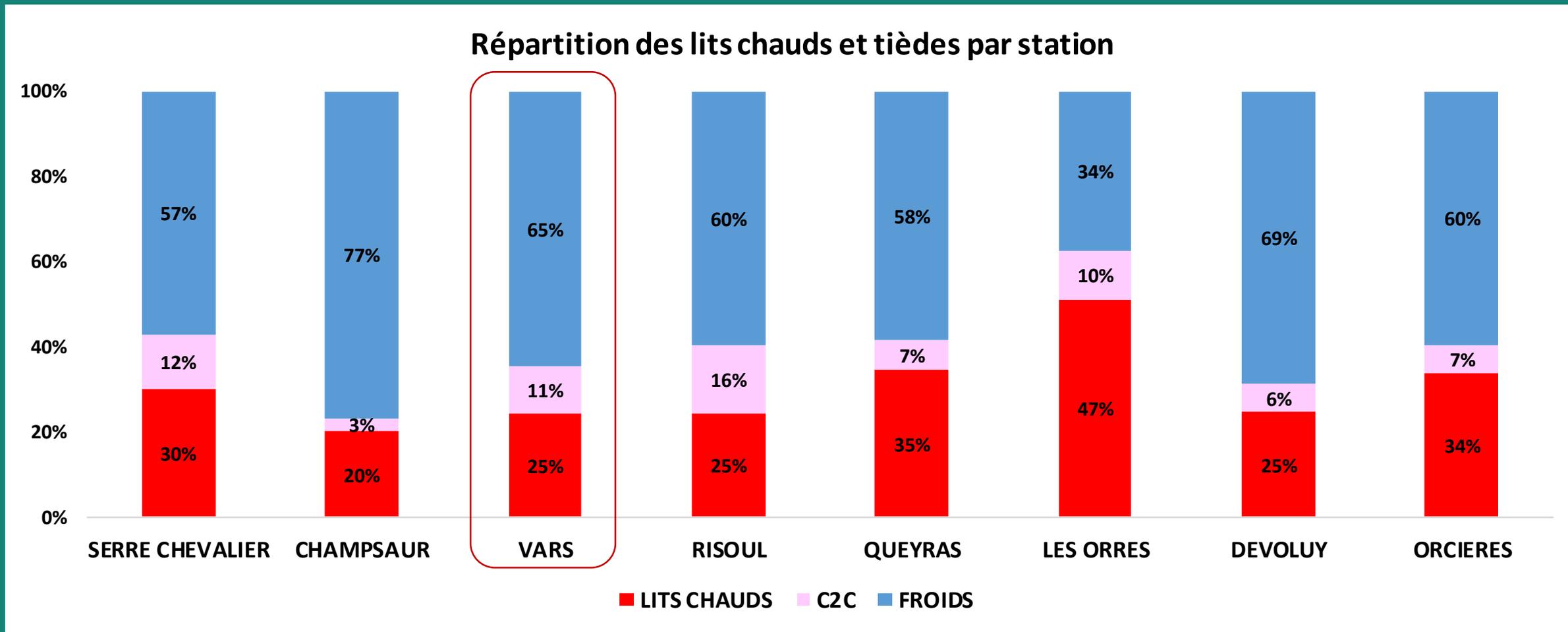
# CAPACITÉ TOURISTIQUE ET SEGMENTATION

## Capacité touristique totale (nombre de lits)



**Capacité de Vars : 20 059 lits**

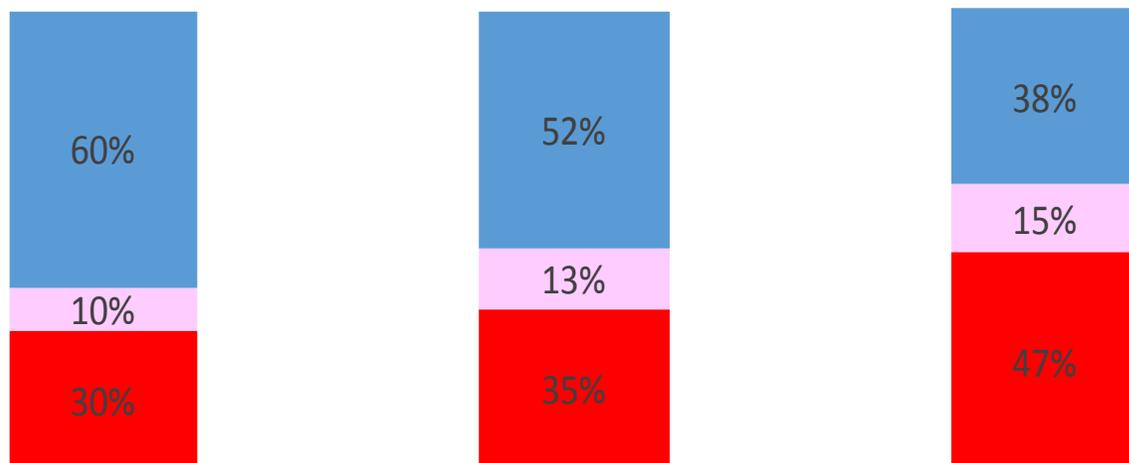
# La structure des lits



# La structure des lits

## Répartition des lits

HAUTES-ALPES      STATIONS CHARME G2A      STATIONS GRAND DOMAINE G2A



■ LITS CHAUDS   ■ C2C   ■ FROIDS

**Hautes-Alpes :** Champsaur, Les Orres, Superdévoluy, Vars, Risoul, Queyras, Orcières

### **Stations de charme G2A :**

Les Carroz, Haute Maurienne Vanoise, Brides les Bains, Les Saisies, Valloire, Chatel, Champsaur, Les Orres, Superdévoluy, Vars, Risoul, Queyras, Orcières.

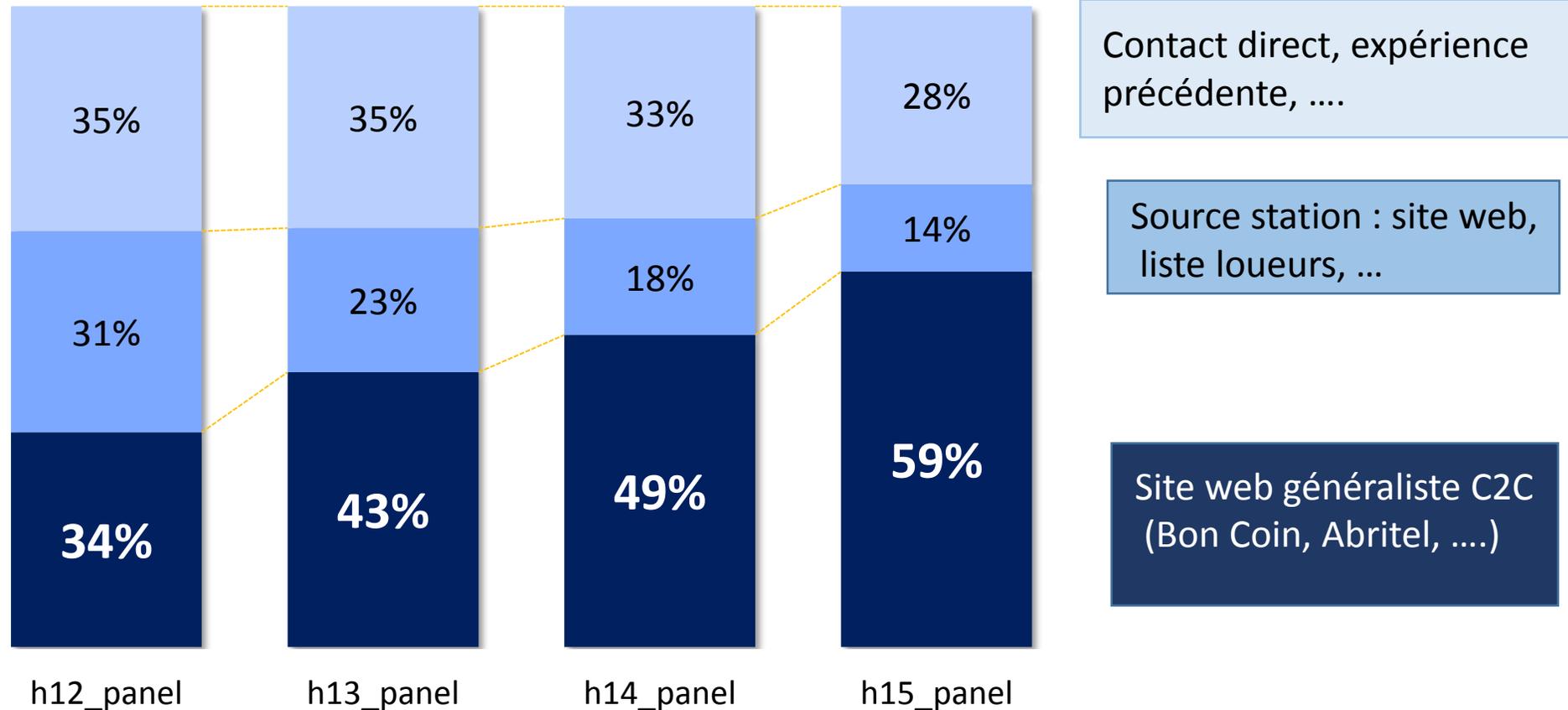
### **Stations Grand Domaine G2A :**

Alpe d'Huez, Auris, Avoriaz, Oz en Oisans, Peisey-Vallandry, Les Arcs, Les Ménuires, Les Deux Alpes, Serre Chevalier Vallée, La Plagne, Tignes, Val d'Isère, Vallée de Méribel, Val Thorens, Vaujany, Villard Reculas, Flaine

## → Focus C2C – Panel national



### Comment avez-vous trouvé ce loueur particulier ?



# L'ÉTAT DES RÉSERVATIONS DU 1ER FÉVRIER 2016

# L'état des réservations au 1<sup>er</sup> février 2016 – Vars

## Lits chauds et tièdes



Les vacances de fin d'année se soldent par une progression de remplissage, avec notamment plus de 29 000 nuitées enregistrées pour la semaine du Nouvel an.

-> problématique du manque d'enneigement

L'intervacance de janvier comptabilise plus de 100 000 nuitées sur la période.

-> bons remplissages sur les villages et centres de vacances

Les vacances d'hiver représentent au 1<sup>er</sup> février un peu plus de 111 000 nuitées.

-> pic sur la 1<sup>ère</sup> semaine des vacances (S6)

L'intervacance de mars enregistre pour le moment quelques 75 000 nuitées réservées.

-> secteur locatif le plus performant sur cette période

(grâce à l'effet volume du nombre de lits)

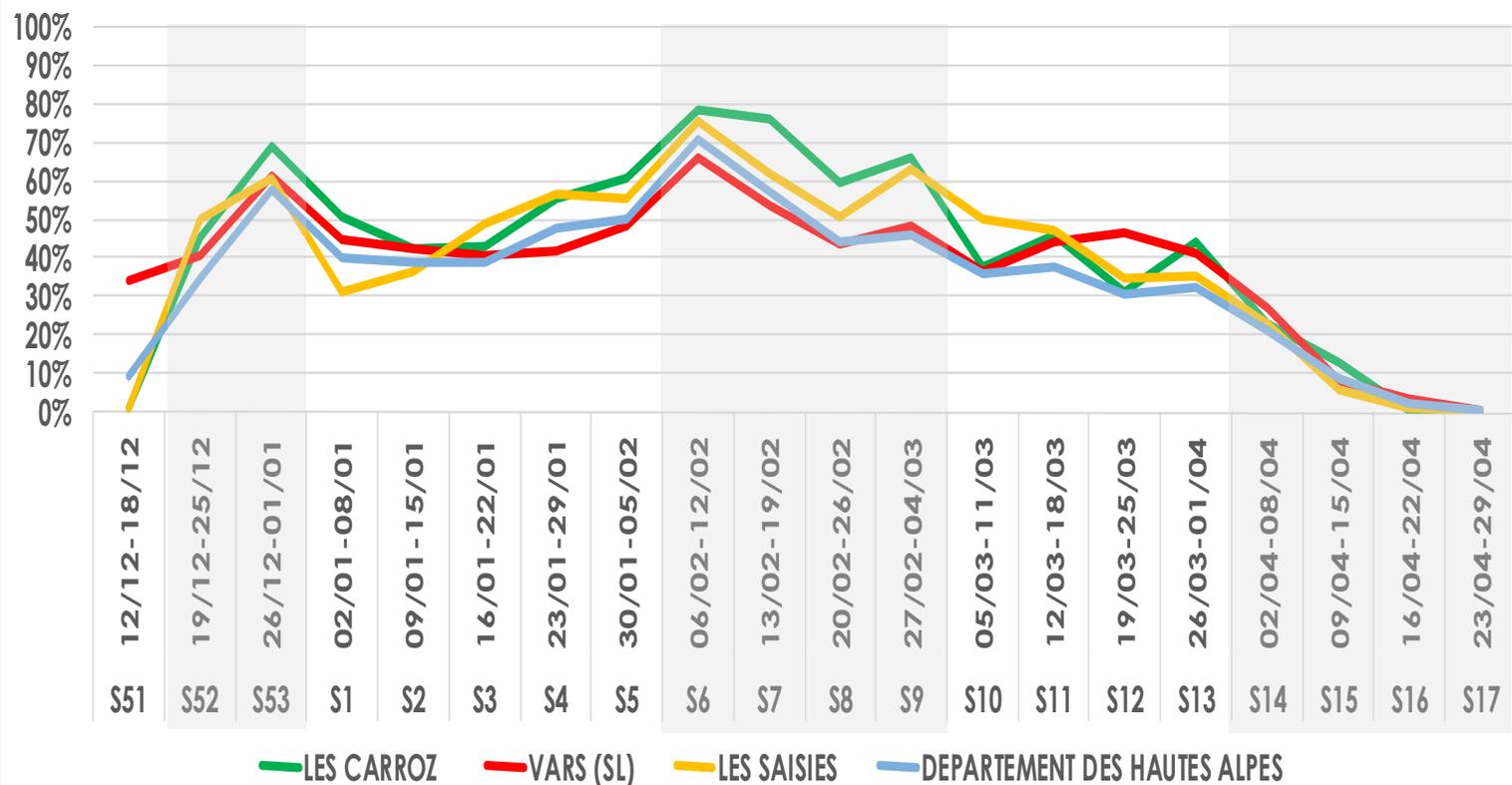
-> dernière semaine (arrivée du 26/03) légèrement boostée grâce au week-end pascal.

Les vacances de printemps progressent de quelques 4 000 nuitées depuis le 1<sup>er</sup> décembre.

-> secteur locatif le plus performant sur la 1<sup>ère</sup> semaine (S 14).

# L'état des réservations au 1<sup>er</sup> février

RESIDENCES DE TOURISME / SECTEUR LOCATIF  
Taux de remplissage



Nombre de lits en résidence de tourisme

Les Carroz : 1 193

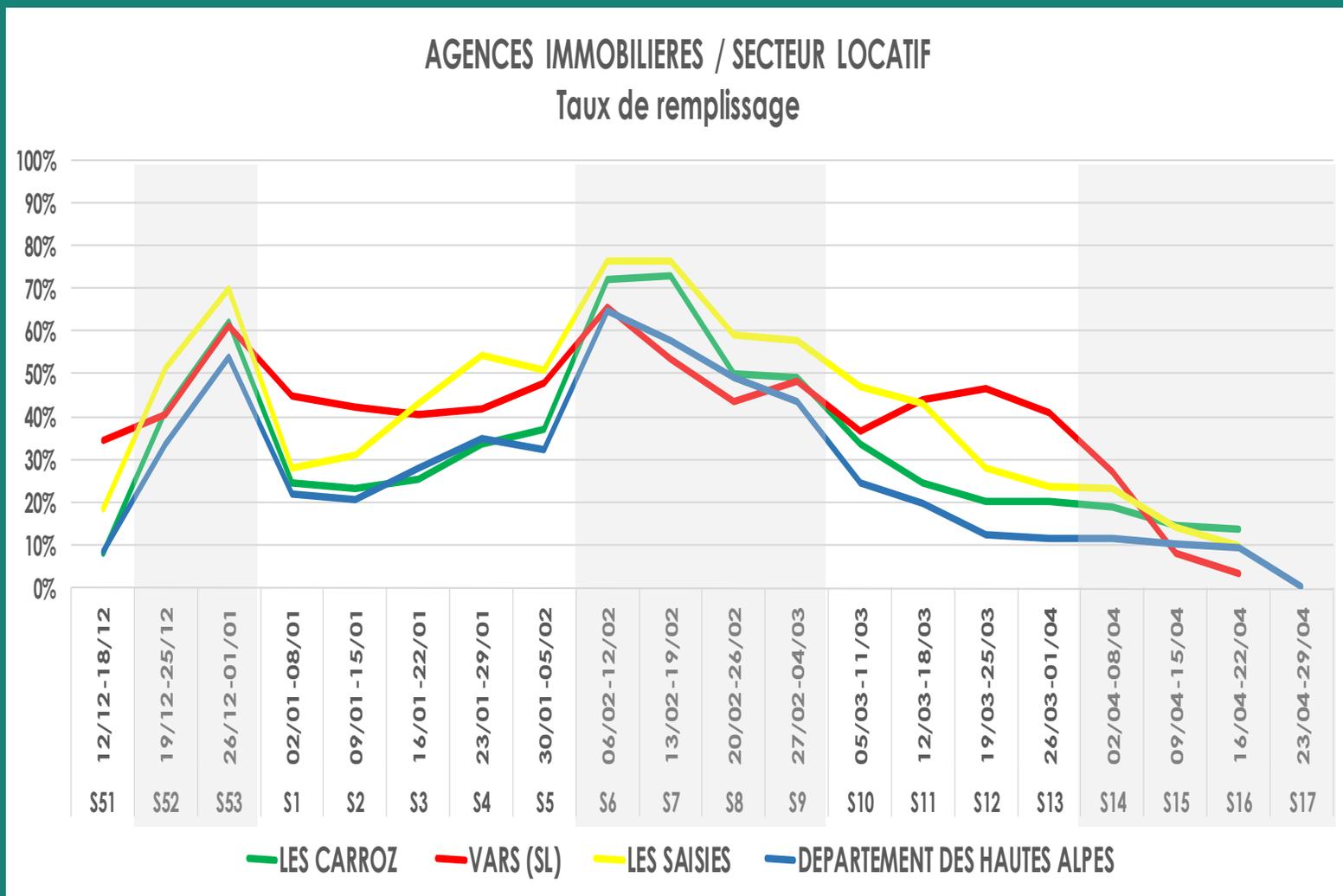
Les Saisies : 3 030

Vars (SL) : 3 187

Hautes-Alpes : 19 371

Un secteur locatif à dynamiser sur les périodes d'intervacances de janvier et sur les vacances de février février.

# L'état des réservations au 1<sup>er</sup> février

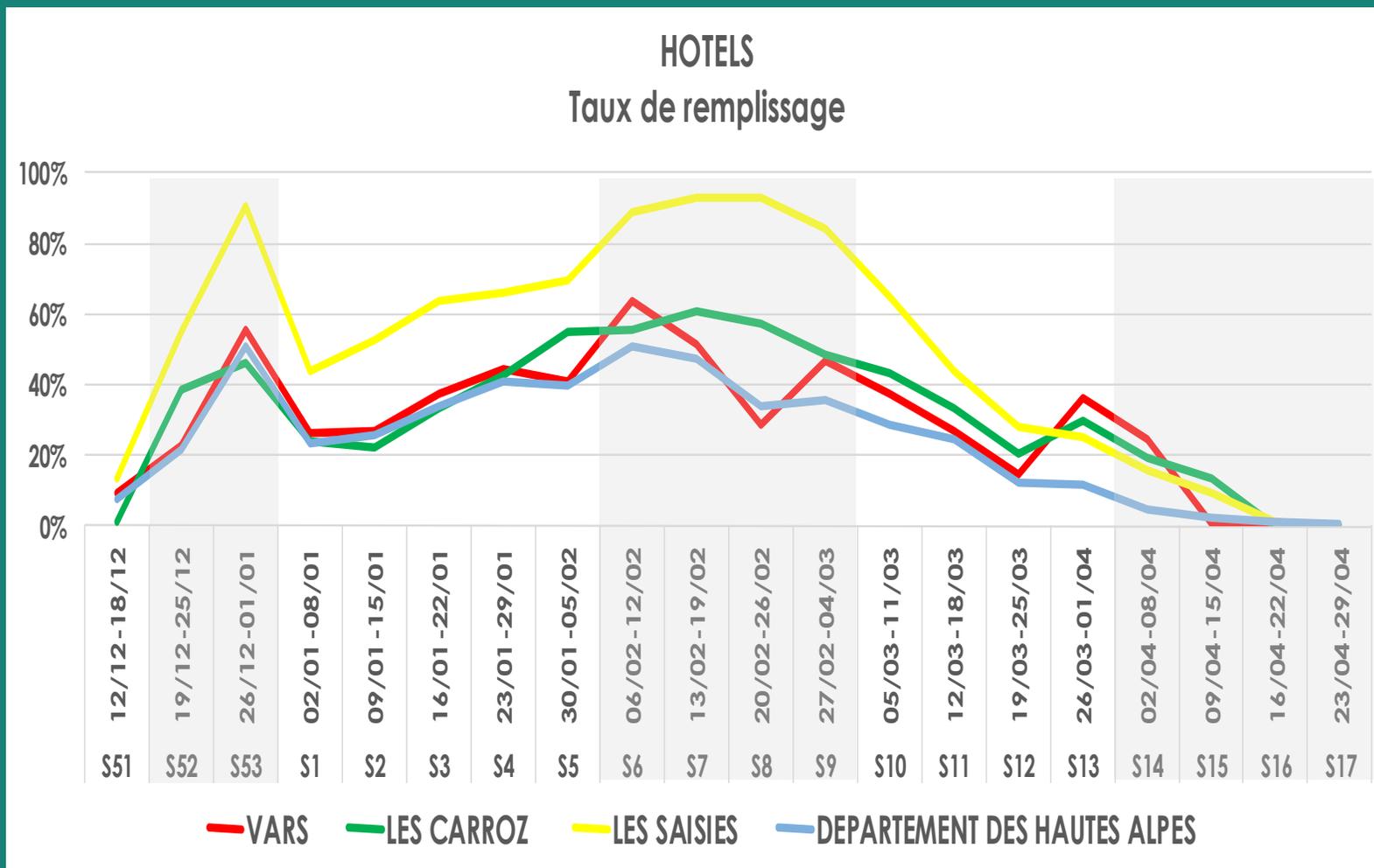


## Nombre de lits en agences immobilières

Les Carroz : 2 264  
 Les Saisies : 3 589  
 Vars (SL) : 3 187  
 Hautes-Alpes : 18 655

Un secteur locatif dynamisé sur les périodes d'intervacances grâce aux résidences de tourisme (VarsTour), mais à développer durant les vacances de février.

# L'état des réservations au 1<sup>er</sup> février



Nombre de lits en hôtellerie

Les Carroz : 229

Les Saïes : 227

Vars : 565

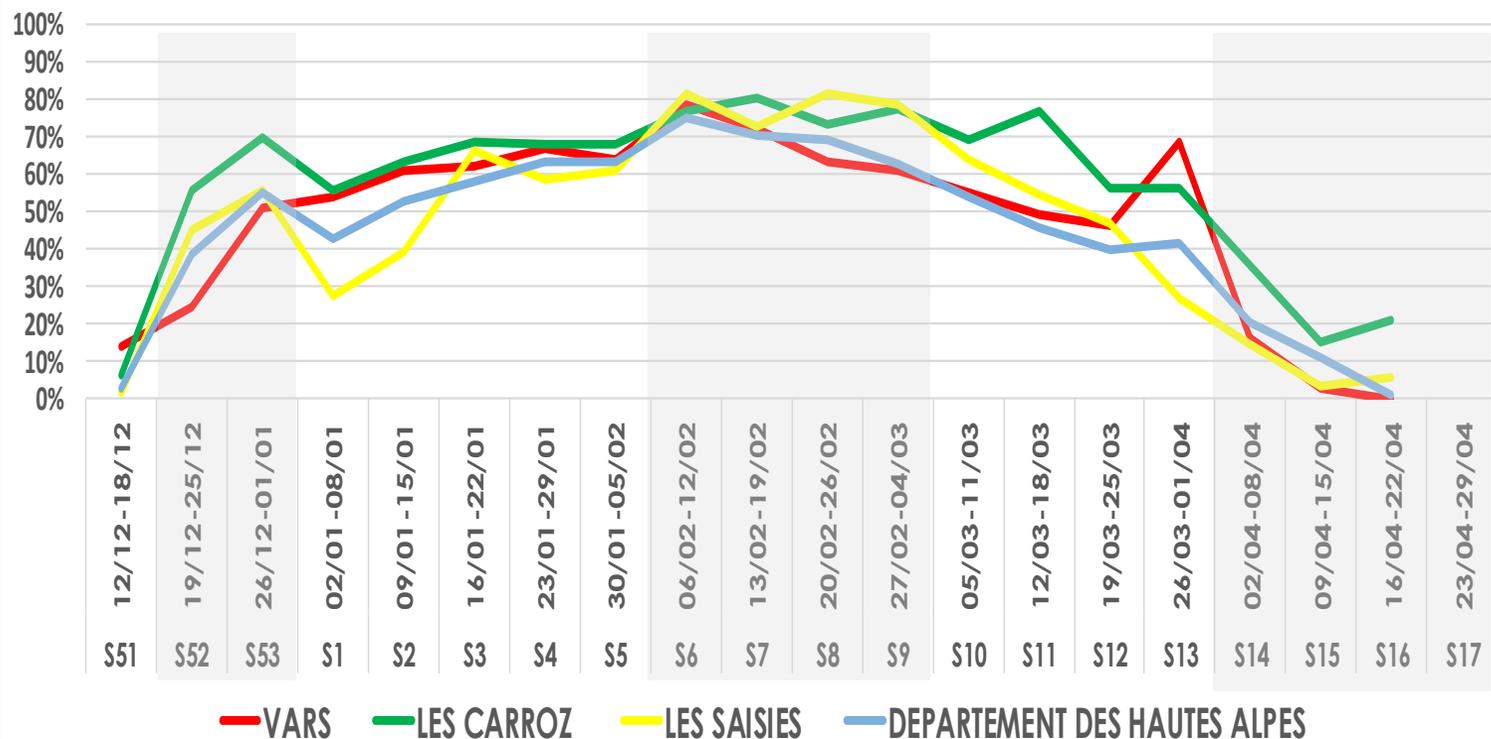
Hautes-Alpes : 4 845

Des hôtels avec une activité en dents de scie.

Une activité boostée par la semaine pascal et encore intéressante lors de la 1<sup>ere</sup> semaine des vacances de printemps.

# L'état des réservations au 1<sup>er</sup> février

CENTRES ET VILLAGES VACANCES  
Taux de remplissage



Nombre de lits en centres et villages vacances

Les Carroz : 1 403

Les Saisies : 743

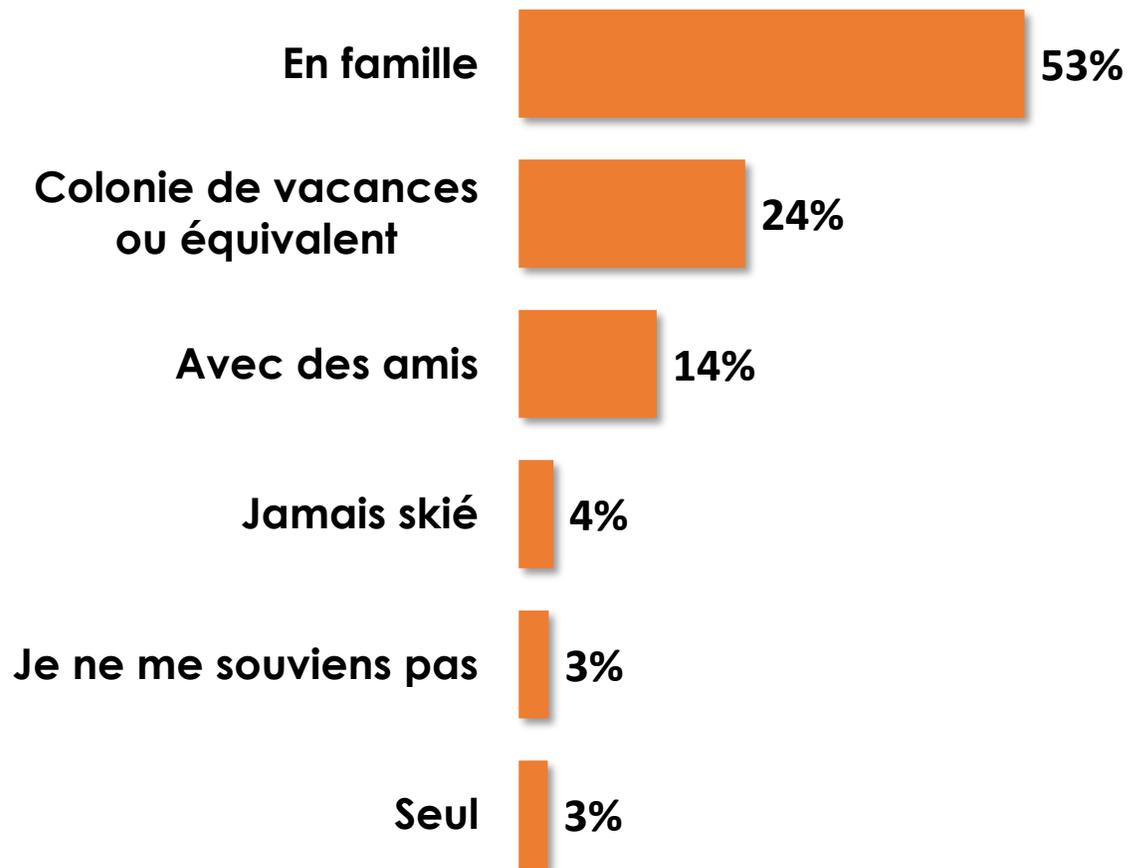
Vars : 1 165

Hautes-Alpes : 12 292

Des centres et villages vacances actifs, aidant aux performances sur la période d'intervacance de janvier et lors de la semaine pascalle. Des performances à améliorer sur la période de fin d'année.

## → Focus villages et centres de vacances – Panel national

Dans quel contexte avez-vous débuté le ski la première fois ?



Quel âge aviez vous ?

12

11

20

14

23

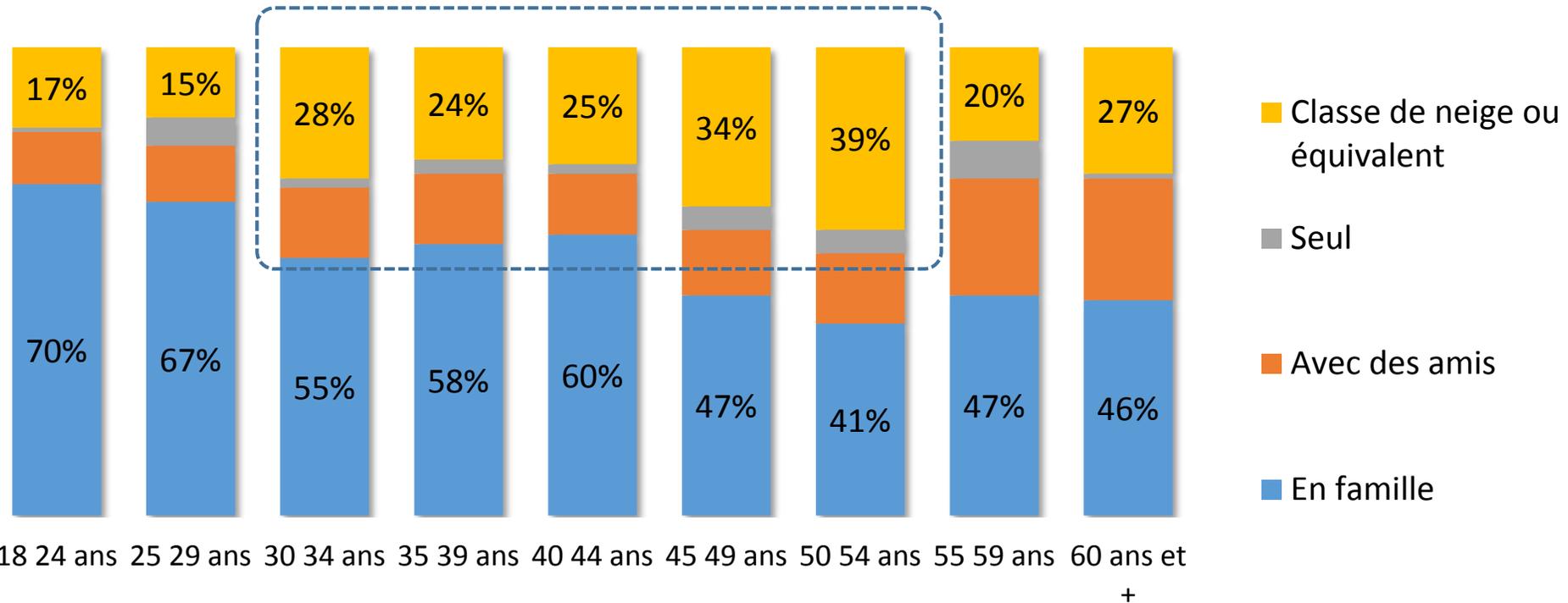


Age moyen

13

# → Focus villages et centres de vacances – Panel national

## Contexte apprentissage en fonction de l'âge du répondant



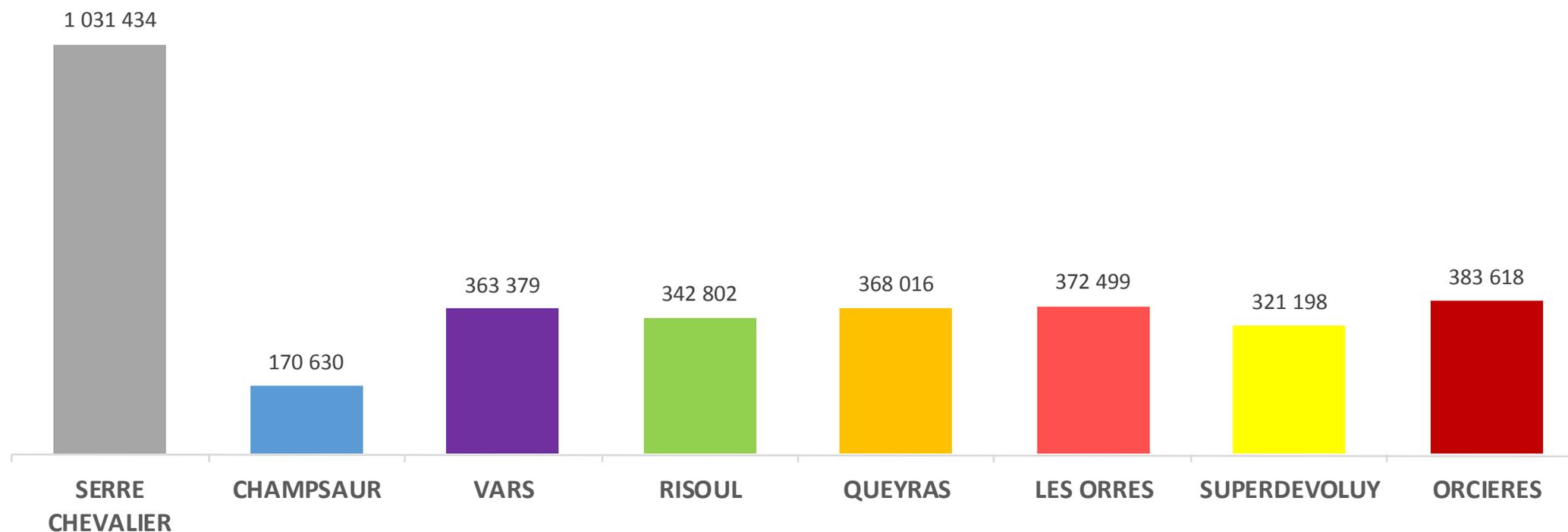
	18 24 ans	25 29 ans	30 34 ans	35 39 ans	40 44 ans	45 49 ans	50 54 ans	55 59 ans	60 ans et +
Âge 1° apprentissage	9	12	10	12	13	13	15	22	21
Année 1° apprentissage	2003	1999	1993	1990	1985	1980	1978	1980	1971



## LES COMPARATIFS

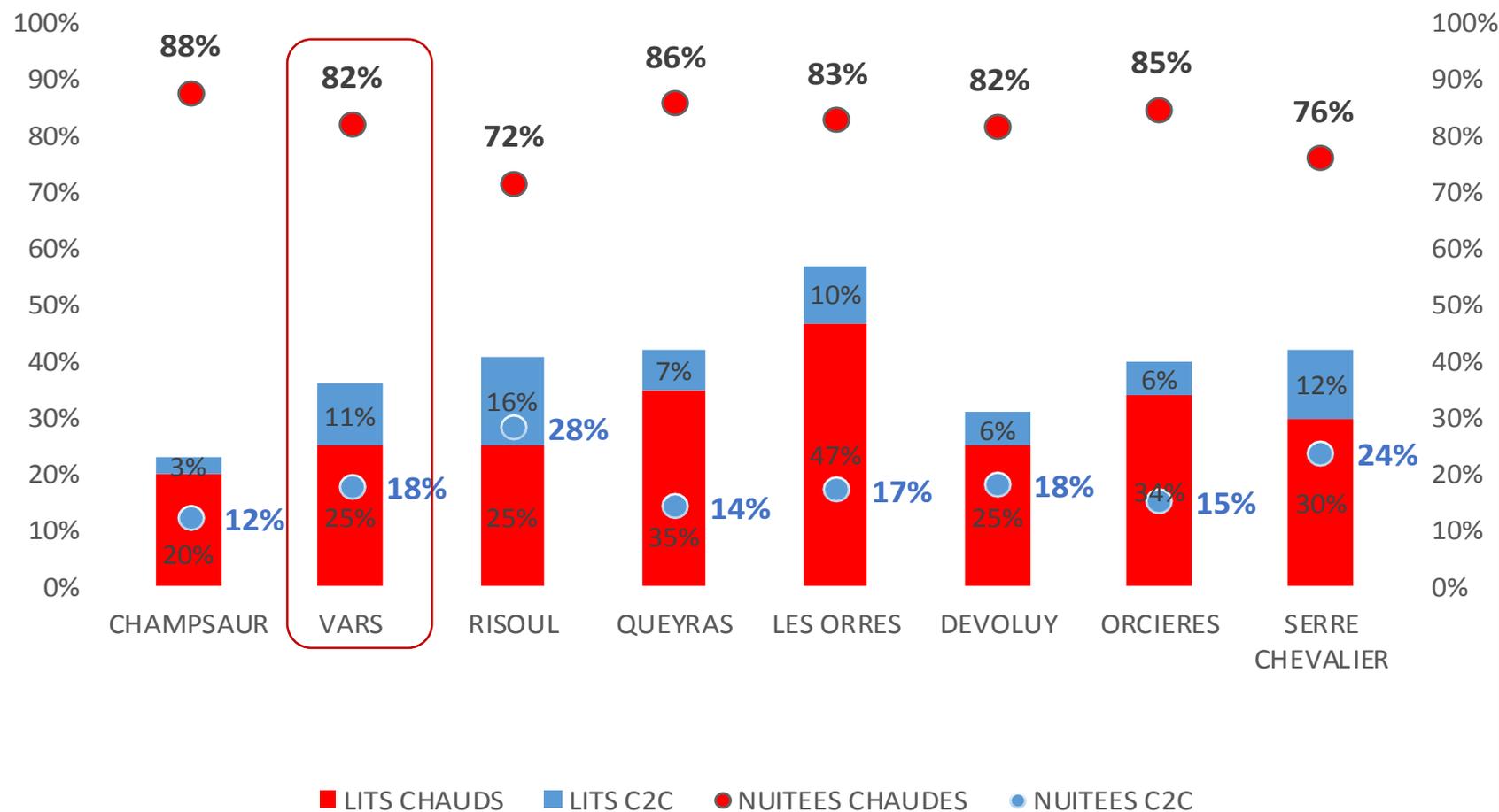
# L'état des réservations au 1<sup>er</sup> février

RESULTATS ETAT DES RESERVATIONS DU 1ER FEVRIER 2016  
Nombre de nuitées globales (chaudes + tièdes)



# L'état des réservations au 1<sup>er</sup> février

Comparatif lits/nuitées chauds et tièdes par station



Exemple de lecture :  
Vars dispose de 25 % de lits chauds qui réalisent 82% des nuitées.

Les lits en C2C représentent 11% des lits de la station, qui réalisent quant à eux 18% des nuitées au 1<sup>er</sup> février.

# L'état des réservations au 1<sup>er</sup> février / Comparatif stations

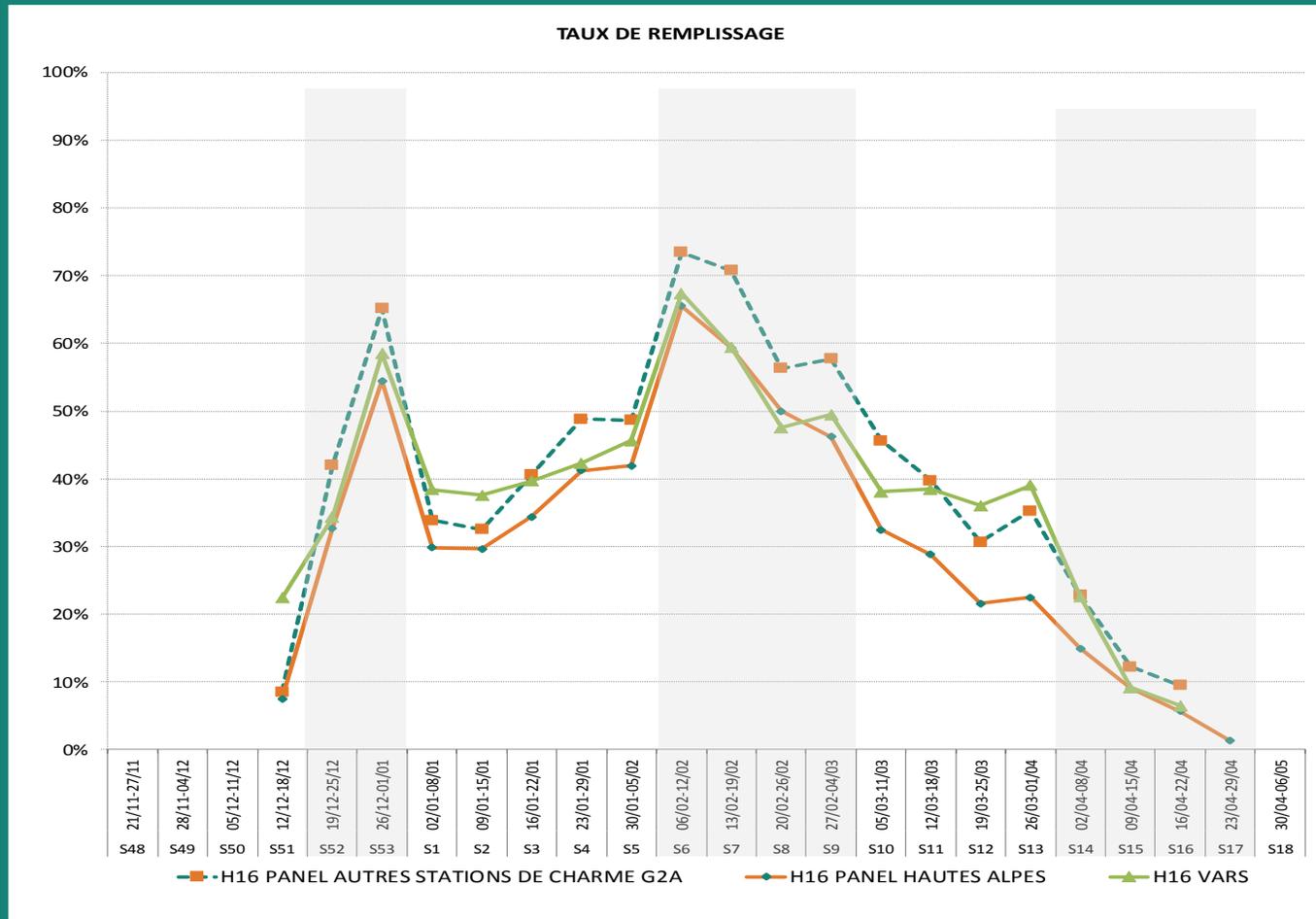


Des périodes d'intervacances à dynamiser davantage.

Un début de saison difficile, avec une semaine de jour de l'an qui ne représente pas le pic de la saison.

# L'état des réservations au 1<sup>er</sup> février

## Comparatif avec le panel G2A « autres stations de charme » et le panel Hautes-Alpes



### Nombre de lits

Panel G2A autres stations de charme : 862 235

Panel G2A Hautes-Alpes : 74 244

Vars : 20 059

### Panel G2A autres stations de charme :

*Les Carroz, Haute Maurienne  
Vanoise, Brides les Bains, Les Saisies, Valloire,  
Chatel.*

**Panel G2A Hautes-Alpes :** *Champsaur, Les  
Orres, Superdévoluy, Vars, Risoul, Queyras,  
Orcières.*



## DES PISTES D' ACTIONS

## FORCES

\* Une station de renommée, avec un domaine relié (185 km de pistes)

\* Des opérateurs nationaux présents sur la station

## FAIBLESSES

\* Le faible poids des lits marchands dans la structure des lits de la station

## OPPORTUNITES

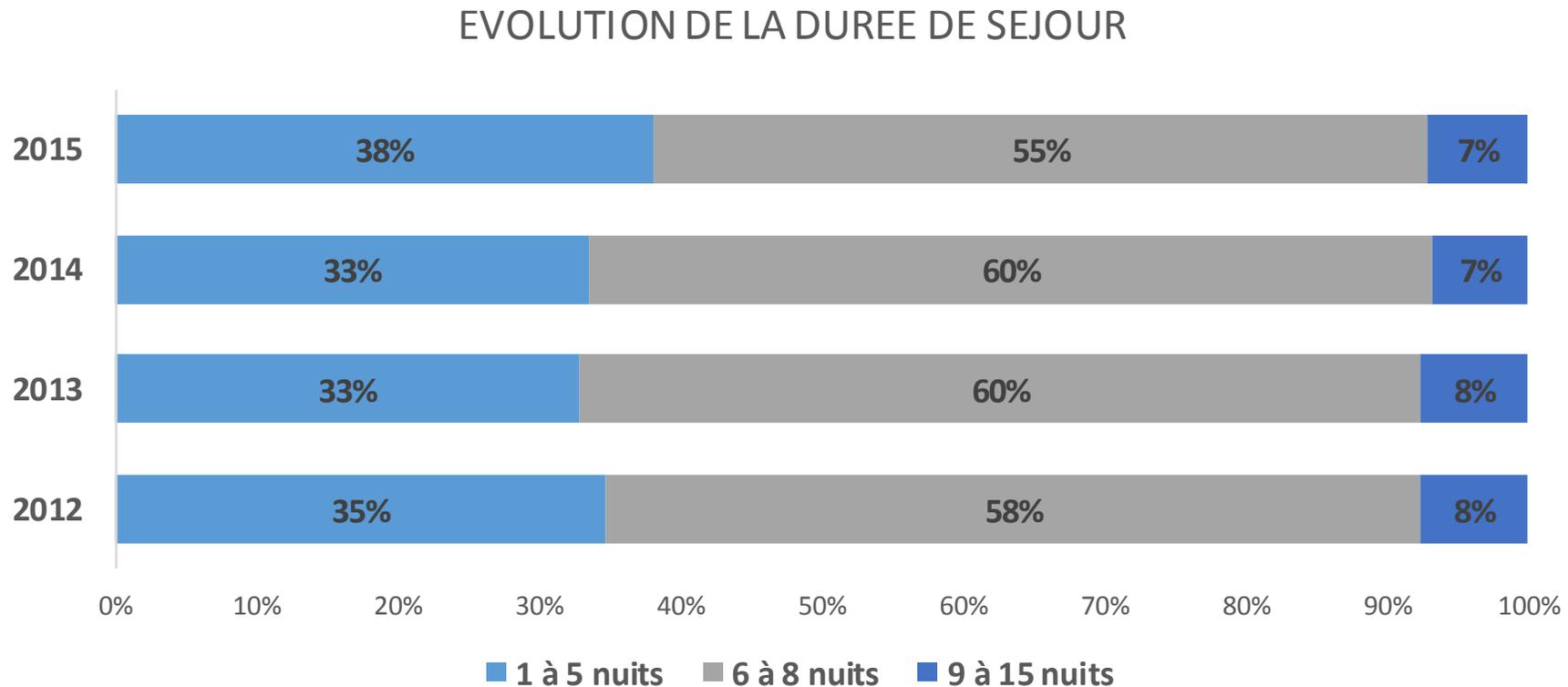
\* Un opérateur local dynamique (Varstour) sur lequel s'appuyer pour la commercialisation

## MENACES

\* Une offre de centres et villages de vacances à maintenir

- Une **préparation de la saison 2016/2017** à mettre en œuvre dès à présent notamment pour s'affranchir des **problématiques de calendrier de la période de fin d'année** et anticiper au mieux une saison qui ne s'affiche pas sous les meilleurs auspices « sur le plan calendaire ».
- Une « surveillance » des **centres & villages vacances** qui sont une **vraie force de la destination Hautes-Alpes** et qui assurent un renouvellement des clientèles.
- Une **action partagée auprès des agences immobilières** : pricing, distribution, politique de services...
- **Une action mutualisée à l'échelle du département** pour booster la commercialisation, promouvoir collectivement auprès des marchés cibles et (re)gagner confiance sur la période d'intervacances de mars.

## → Bonus - Comportements panel national



*Observatoire des comportements G2A*

Une part des courts séjours fortement marquée l'an passé.

 **POUR PRÉPARER L'HIVER 2017**

Périodes commerciales	N° Semaine	FR	GB	NL	BE	LU	DE	ES	CH	IT	IR	RU	PL	CZ	SK	SL	NO	FI	DK	SW	AU	BR	AS		
Début de saison	N° 48 26/11 au 02/12																								
	N° 49 03/12 au 09/12																								
	N° 50 10/12 au 16/12																								
Vacances de Noël	N°51 17/12 au 23/12	A+B+C																							
	N°52 24/12 au 30/12	A+B+C																							
	N°1 31/12 au 06/01/17																								
	N°2 07/01 au 12/01																								
	N°3 14/01 au 20/01													p											
	N°4 21/01 au 27/01													p											
	N°5 28/01 au 03/02						p							p											
	N°6 04/02 au 10/02	C								p				p	p										
Vacances d'hiver	N°7 11/02 au 17/02	C+B							p				p	p						p					
	N°8 18/02 au 24/02	B+A			p				p				p	p		p				p					
	N°9 25/02 au 03/03	A			p				p				p	p		p				p					
	N°10 04/03 au 10/03								p					p							p				
	N°11 11/03 au 17/03								p					p											
	N°12 18/03 au 24/03																								
	N°13 25/03 au 31/03			p							p														
	N°14 01/04 au 07/04	C																				p			
Vacances de printemps	N°15 08/04 au 14/04	C+B						p														p			
	N°16 15/04 au 21/04	B+A			p				p													p			
	N°17 22/04 au 28/04	A																				p			
	N°18 29/04 au 05/05																								

## → Calendrier 2017 – la problématique de Noël – angle de lecture

N° Semaine	FR	GB	NL	BE	LU	DE	ES	CH	IT	IR	RU
N°51 17/12 au 23/12	A+B+C										
N°52 24/12 au 30/12	A+B+C										
N°1 31/12 au 06/01/17											

- **Calendrier : Noël et jour de l'an = un dimanche** → situation déjà vue en 2011/2012
- **Décalage des vacances françaises et étrangères** → situation déjà vue en 2011/2012

Semaine du 24/12 = réveillon de Noël, belle semaine F + Europe

Semaine du 31/12 = jour de l'an – une grande partie de l'Europe

→ **Envisager de mesurer la performance de remplissage sur 3 semaines (pour la comparer à cette saison)**

1/ semaine du 17/ au 24/12 – **planning ouvert (courts et longs séjours), tarifs à la baisse**

2 / semaine du 24 au 31/12 – **à protéger (samedi – samedi) voir samedi – dimanche**  
(l'école reprend le mardi)

3 /La première de janvier (31/12-7/1), **projection d'activité bonne, tarifs à la hausse**

## Le pricing en quelques mots

- **Benchmark** (analyse de la concurrence, recherche de prix sur des produits « identiques » - capacité, localisation, exposition, quartier...)
- **Analyse de vos ventes des années passées et du remplissage afférent**
- **Définition des prix (élasticité)**
- **Définition des zones de risques** (campagnes prêtes à « pousser »)

**La réflexion prix est de chaque instant (internet est dynamique, votre prix aussi en fonction du stock disponible – fonctionnement par palier d'élasticité).**

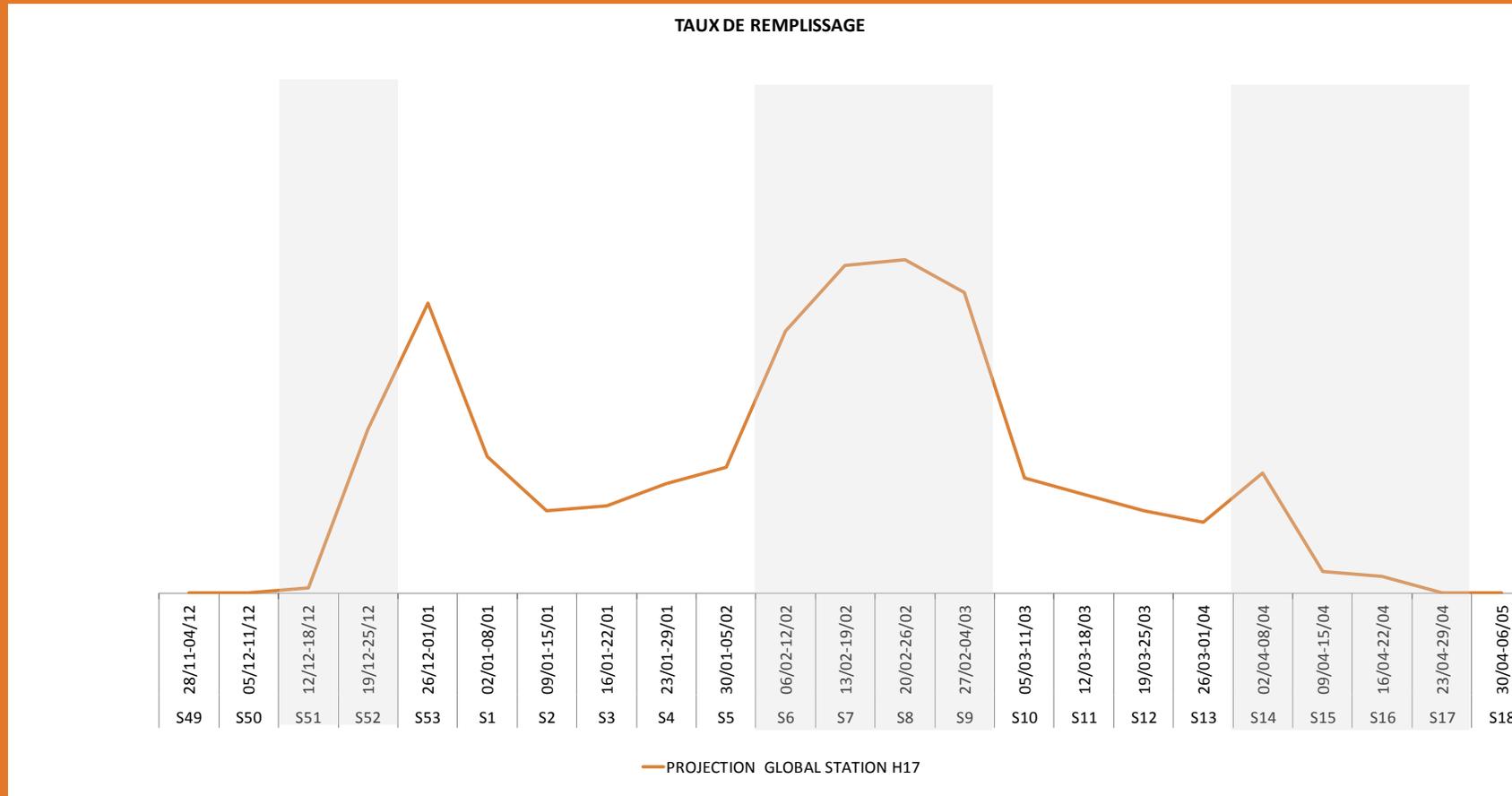
**Le calendrier commercial est complexe (vacances françaises, étrangères, calendrier des fêtes nationales...)**

**Le multi canal et le multi marché doivent être de mise (B2B + C2C)**

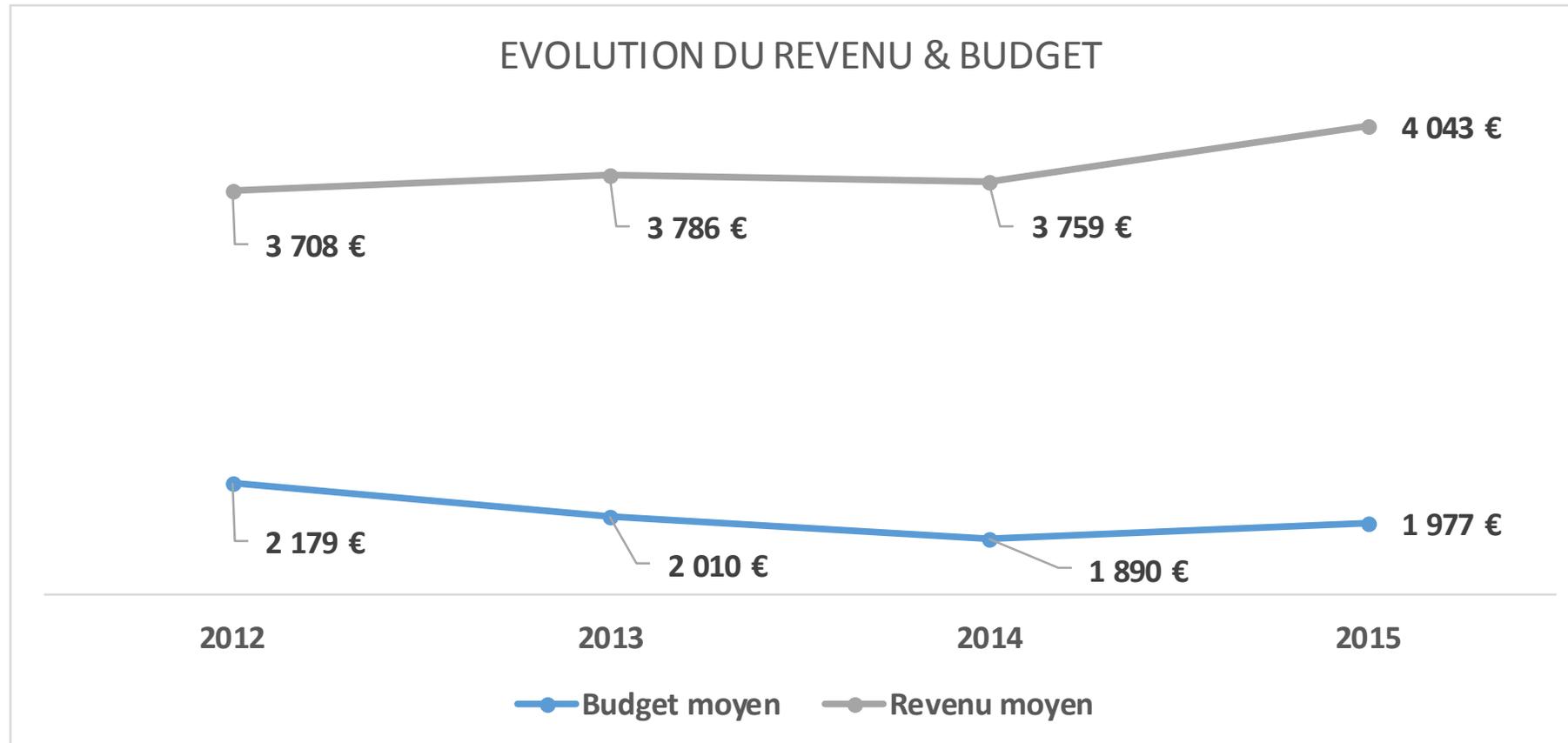
**La pression est forte (loyer garanti, relations avec les propriétaires, tension du marché...comparateurs d'offres, comportements des consommateurs...)**

- **Ajuster régulièrement prix et contingent**
- **Anticiper son plan d'actions commerciales**

# L'aide au pricing par station



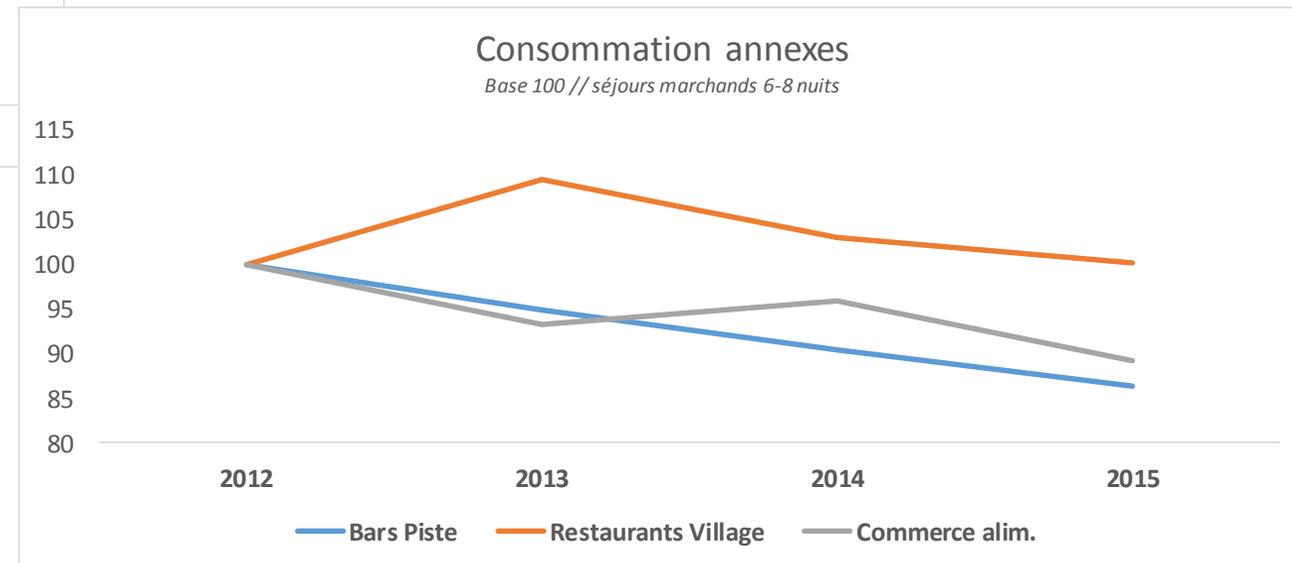
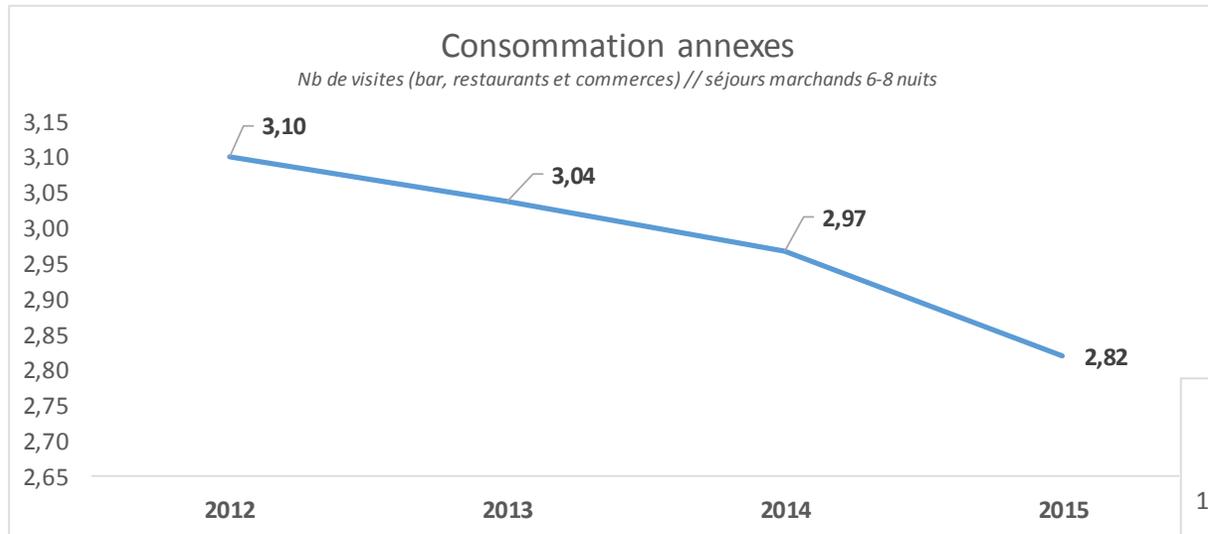
## → Bonus - Comportements panel national



*Observatoire des comportements G2A*

Une tendance depuis ces 4 dernières années d'augmentation des revenus mais un budget séjour en baisse.

## → Bonus - Comportements panel national



Observatoire des comportements G2A

La consommation annexe ces 4 dernières années est en baisse.

 **MERCI DE VOTRE ATTENTION**