

Impact des chutes de neige récentes sur la confiance à l'égard de l'enneigement

Hiver 2015 / 2016 - Extraits de la vague de fin novembre 2015

Omnibus LHM & sondage intentions de départ aux sports d'hiver



Sondages, études et conseil en marketing

Tourisme et loisirs

Contact : Willy Fux

TOUTE utilisation ou publication, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

Omnibus hiver 2015 - 2016



En 2014, LHM Conseil a lancé un format d'enquête par souscription ([Omnibus LHM](#)) dédié au tourisme et aux sports d'hiver.

Des questions spécifiques traitent des intentions de départs aux sports d'hiver pour la saison à venir et notamment **la confiance à l'égard de l'enneigement**.

Nous partageons quelques extraits des résultats, en comparant l'évolution de l'Indice Confiance Enneigement depuis le même sondage réalisé exactement un an plus tôt.

Méthode :

Sondage en-ligne à deux degrés administré auprès d'un échantillon représentatif du marché français des sports d'hiver (1054 répondants). Les répondants sont sélectionnés en temps réel sur base de leur historique de pratique réelle, au sein d'un échantillon plus vaste et représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus (Access Panel on-line - Méthode des quotas sur âge, revenu, région, genre). Recueil du 26 novembre au 2 décembre 2015.

[Plus d'information sur l'Omnibus LHM : cliquez ici](#)

TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

1. Enneigement : indice de confiance ICE

Au 2 décembre 2015

L'Indice de Confiance Enneigement ICE mesure, aux yeux du répondant, la probabilité intuitive de trouver une neige en quantité et qualité suffisante lors de la période de séjour envisagée.

69 %

Niveau de confiance à l'égard de l'enneigement pour la période de séjour envisagée.*

**Pour ceux partis au moins une fois ces 4 dernières années, qu'ils aient prévu de partir cet hiver 2015/2016 ou non. ICE = 70% pour ceux qui partiront certainement ou probablement cet hiver 2015/2016*

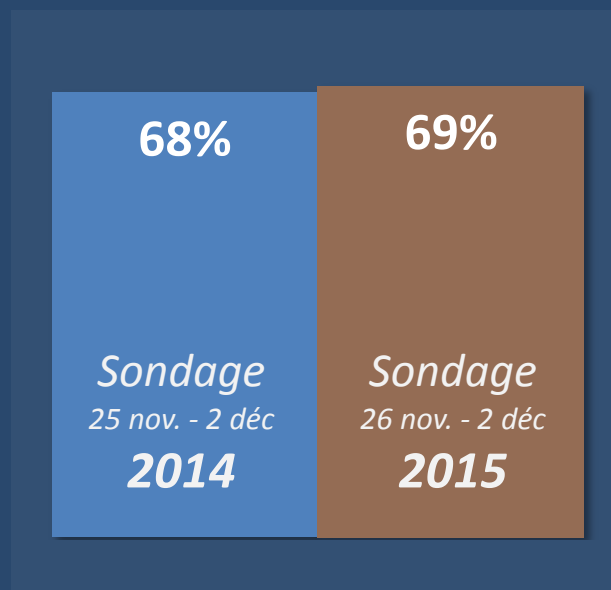
16% des répondants déclarent explicitement **attendre les conditions de neige** avant de réserver. La période de recueil du sondage (26 nov. – 2 déc. 2015) se situe pendant et juste après les premières chutes de neige importantes.

TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

1. Enneigement : indice de confiance ICE

Au 2 décembre 2015

Évolution 2014 → 2015 de l'indice de confiance à l'égard de l'enneigement ICE



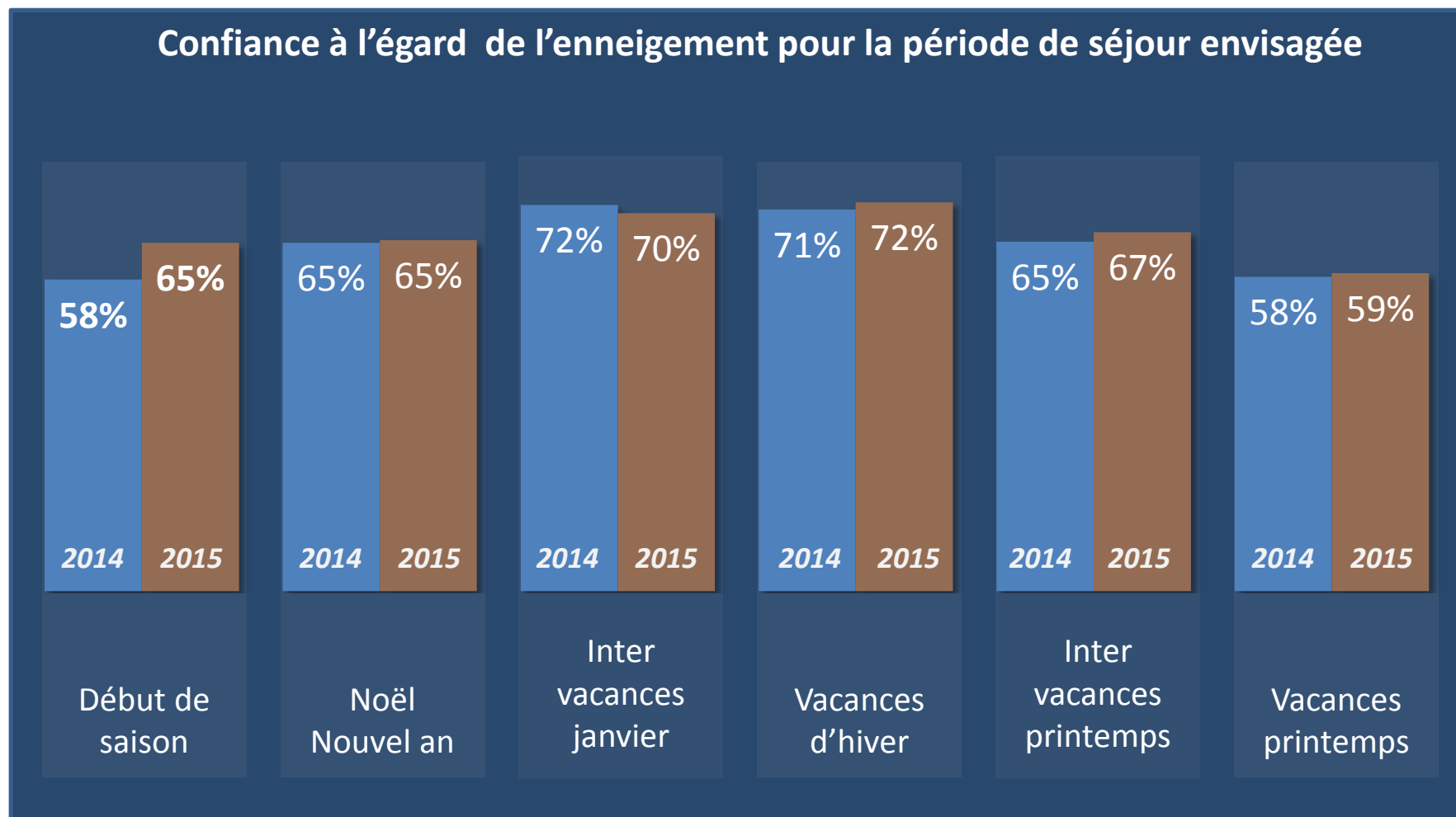
L'évolution de l'ICE depuis novembre 2014 semble à première vue peu significative, mais des disparités apparaissent selon les périodes de séjour.

**69% en 2014 et 70% en 2015 pour ceux qui partiront « certainement » ou « probablement » cet hiver 2015/2016*

TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

1. Enneigement : indice de confiance ICE

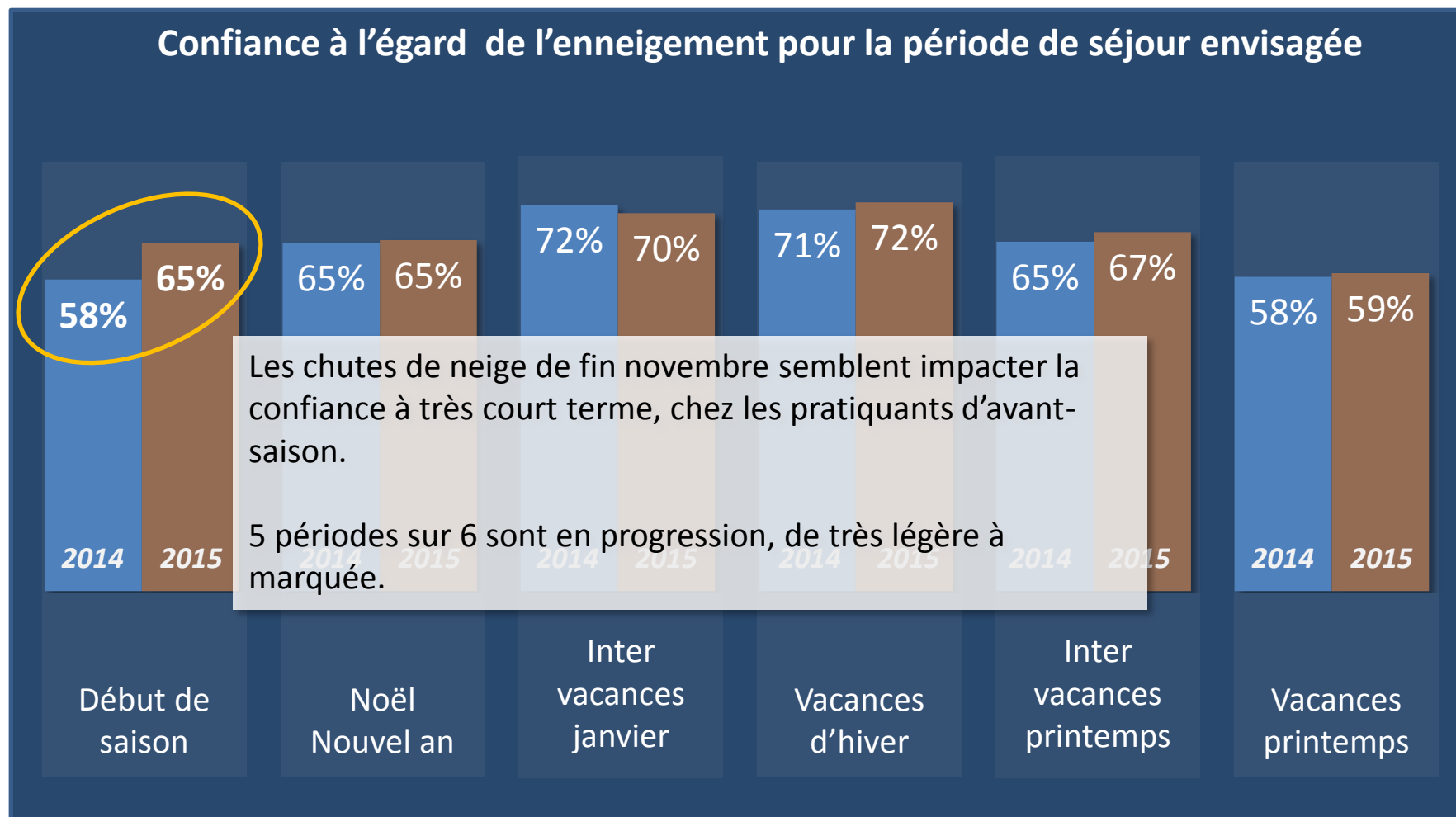
Au 2 décembre 2015



TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

1. Enneigement : indice de confiance ICE

Au 2 décembre 2015



TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

2. Vu à la télé ?

Au 2 décembre 2015

Les répondants ont-ils vu des images de stations enneigées dans les médias pendant et juste après les chutes de neige de fin novembre ?

68 %

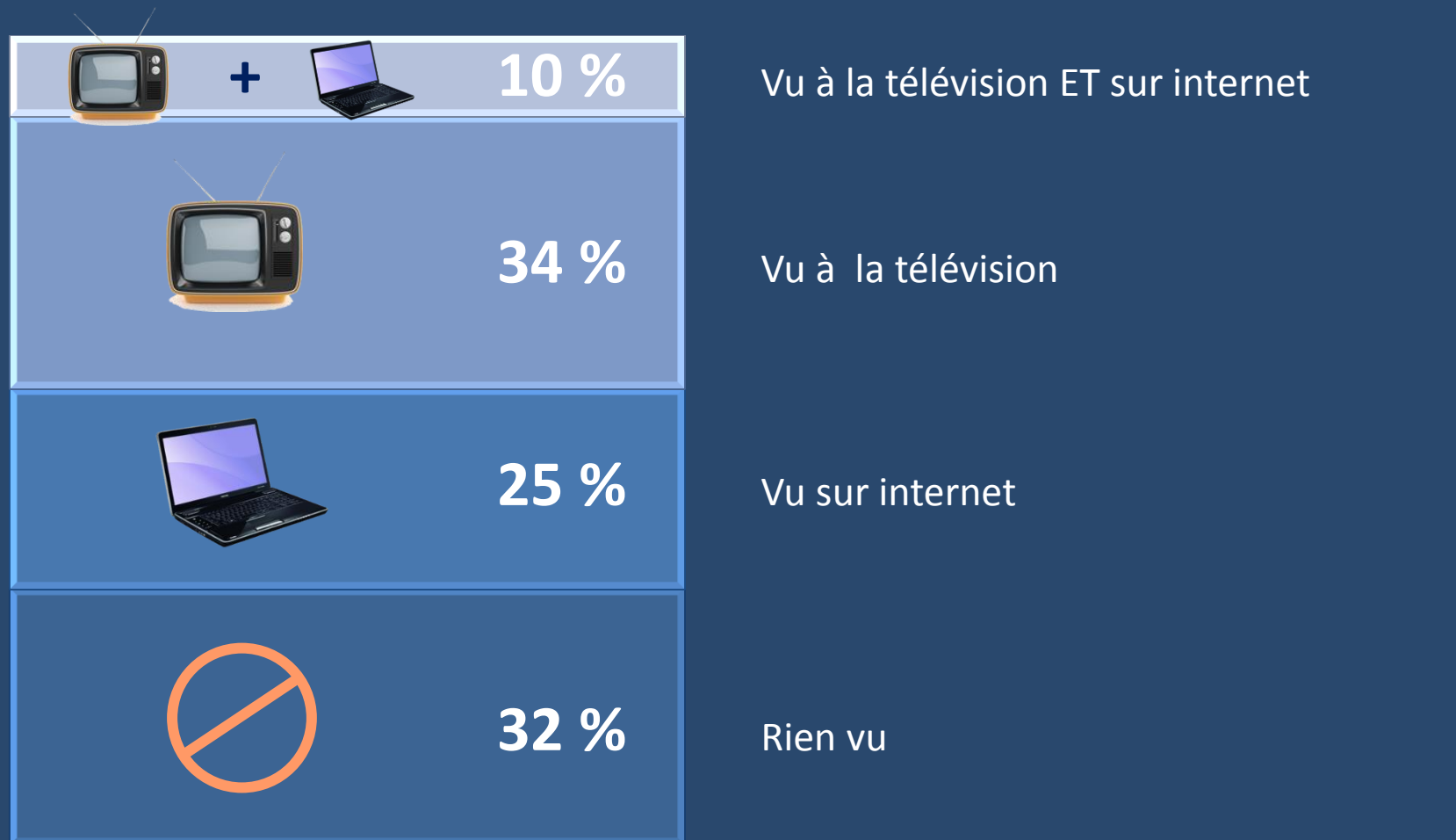
Ont **vu des images** de stations enneigées dans les médias pendant et après les **chutes de neige de fin novembre**.

TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

2. Vu à la télé ?

Au 2 décembre 2015

Ont-ils vu des images de stations enneigées ces derniers jours (26 nov – 2 déc) ?

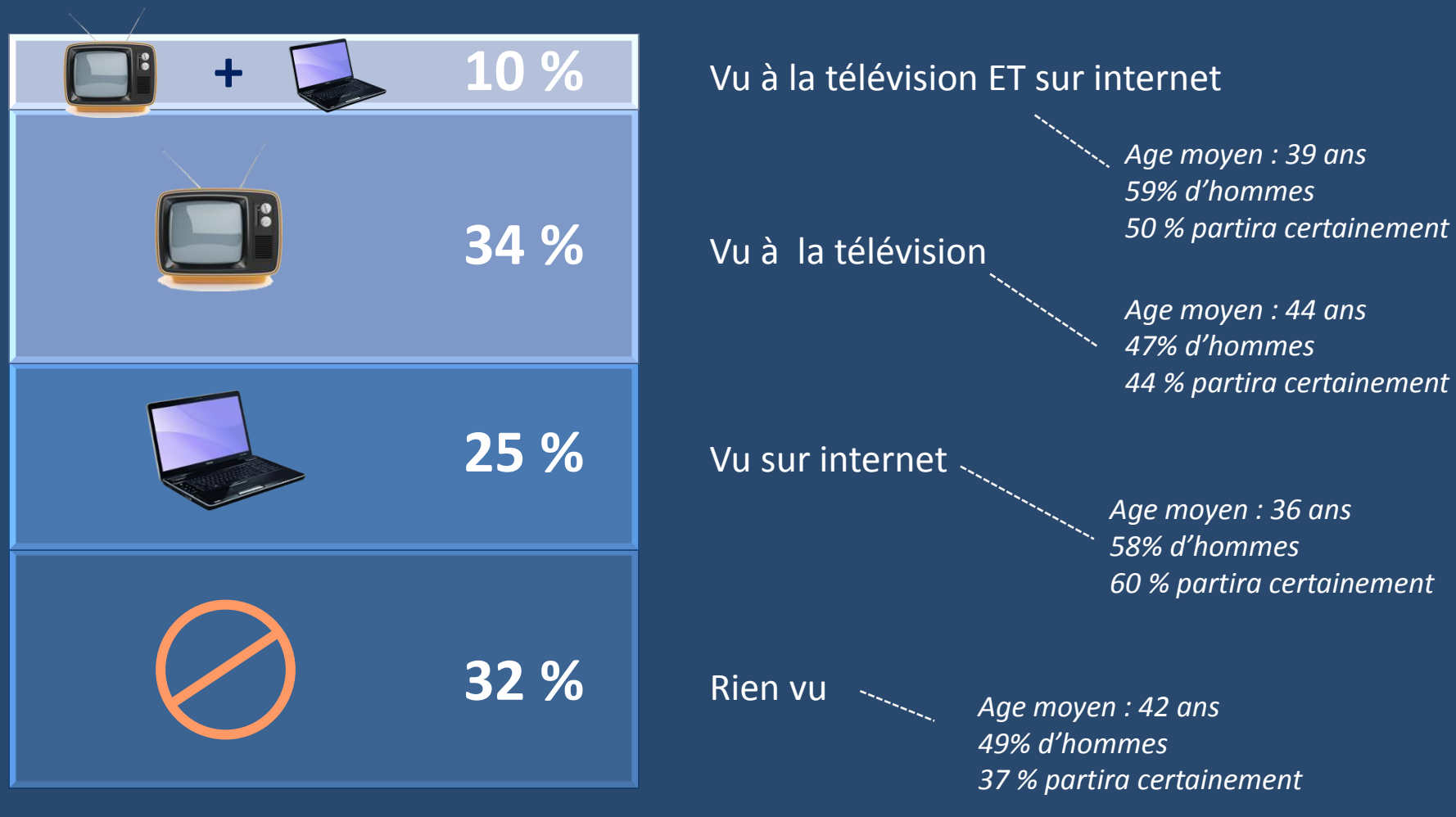


TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

2. Vu à la télé ?

Au 2 décembre 2015

Ont-ils vu des images de stations enneigées ces derniers jours (26 nov – 2 déc) ?



TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

2. Vu à la télé ?

Au 2 décembre 2015

Ces images ont-elles eu un impact sur la confiance à l'égard de l'enneigement ?



73%

Vu à la télévision ET sur internet



70%

Vu à la télévision



66%

Vu sur internet



68%

Rien vu

TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

2. Vu à la télé ?

Au 2 décembre 2015

Ces images ont-elles eu un impact sur la confiance à l'égard de l'enneigement ?



73%

Vu à la télévision ET sur internet



70%

Vu à la télévision



66%

Vu sur internet



68%

Rien vu

Note élevée impactée par : Skieurs récents et assidus (4 hivers sur 4), partant avant-saison, skieurs de proximité, sont certain de partir ou ont déjà réservé.

Note médiocre impactée par : Hommes, 25 – 34 ans, skieurs occasionnels (2 ou 3 hivers sur 4), partiront « probablement » et qui, sur Internet, font d'abord confiance aux hauteurs de neige plutôt qu'aux webcams ou le nombre de pistes ouvertes.

TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

Commentaire & interprétation

- L'effet de l'épisode neigeux de fin novembre 2015 sur la confiance est limité, sauf à très court terme. Il peut néanmoins révéler une évolution des attitudes à plus long terme. Les répondants ont en moyenne un recul de 27 ans sur leur pratique des sports d'hiver et le ICE se lit également en fonction de cette expérience. *(plus d'info : contactez LHM Conseil)*
- La relation entre confiance et utilisation des médias est tout à fait significative, notamment à très court terme (ici pour les départs d'avant saison), même si sa signification est complexe. Elle suggère surtout une utilisation des médias très différente selon :
 - L'intensité de pratique, l'engagement et la compétence client.
 - La façon individuelle de se représenter la réalité à partir de l'information diffusée sur l'enneigement, en opposant notamment images et indicateurs chiffrés.

Les sondages intentions de départ LHM comprennent :

- Les paramètres sociodémographiques ; les historiques de pratique et intentions pour la saison à venir ; les habitudes (fréquence de pratique, hébergement, canal de réservation, stations fréquentées, freins à la réservation, freins au départ, période de séjour, budget, style et niveau de pratique, intentions à moyen terme, ICE, ...)
- 3 vagues d'enquêtes : mi-octobre, fin novembre, mi-janvier

TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

Nous contacter



Sondages, études et conseil en marketing

Tourisme et loisirs

contact@lhm-conseil.fr

www.lhm-conseil.fr

T. +33 (0)9 62 34 19 30

M. +33 (0)6 17 29 84 47

Contact : Willy Fux



TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.



© LHM Conseil déc. 2014 – contact@lhm-conseil.fr – 33 (0)6 17 29 84 47 – www.lhm-conseil.fr