

# Les intentions de départ aux sports d'hiver des Français

Hiver 2014 / 2015

Enquêtes Omnibus LHM

Extraits de la vague 1 octobre 2014



*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 2014 - 2015



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

Dans le cadre de la première vague, nous avons intégré des questions propres traitant des **intentions de départs aux sports d'hiver pour la saison à venir 2014/2015**.

Nous en partageons quelques extraits qui font apparaître les situations fragiles et les tensions qui peuvent exister autour des décisions de départ.

## Méthode :

*Sondage en-ligne auprès d'un échantillon de 856 Français de 18 ans et plus, étant partis aux sports d'hiver ces 4 dernières années. L'échantillon est extrait d'un échantillon plus vaste représentant la population française de 18 ans et plus. La bonne représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (âge, région de domicile, genre, tranche de revenu).*

*Recueil du 14 au 21 octobre 2014*

*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. Intentions de départ

**17 %**

des Français partis en 2013/2014 déclarent ne pas repartir cet hiver.

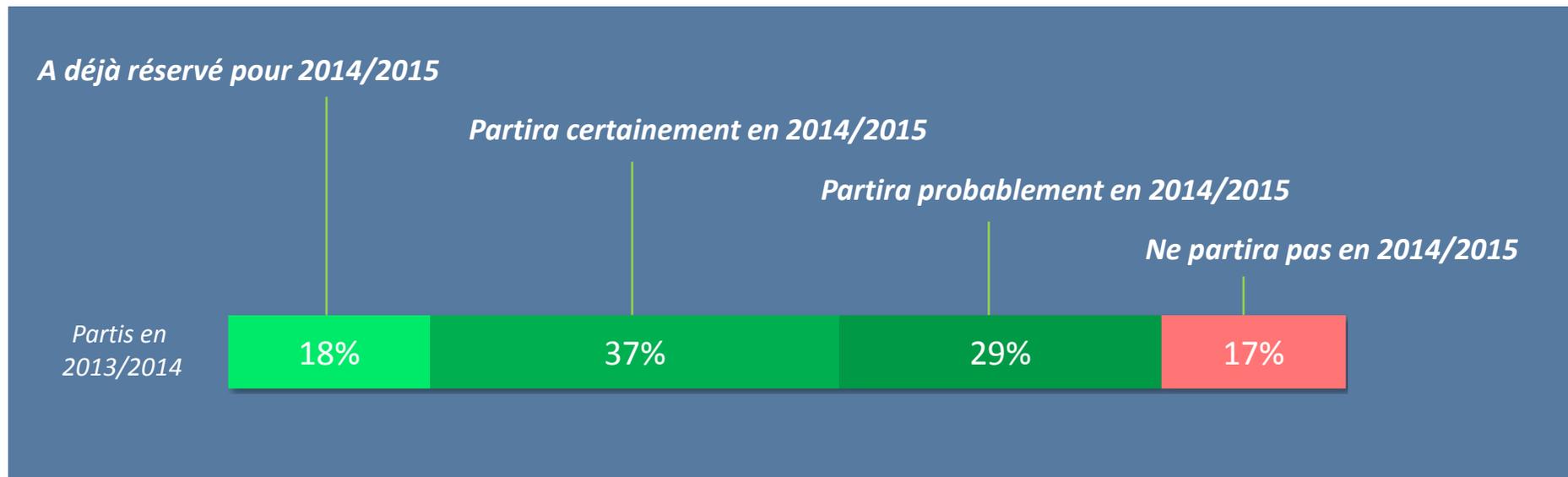
Même en couple, **hommes et femmes** n'ont pas les mêmes intentions de départ.

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

# 1. Intentions de départ

## Les intentions de départ pour l'hiver 2014 / 2015:

Parmi ceux partis aux sports d'hiver en 2013/2014, 55% déclarent être certains de partir en 2014/2015.

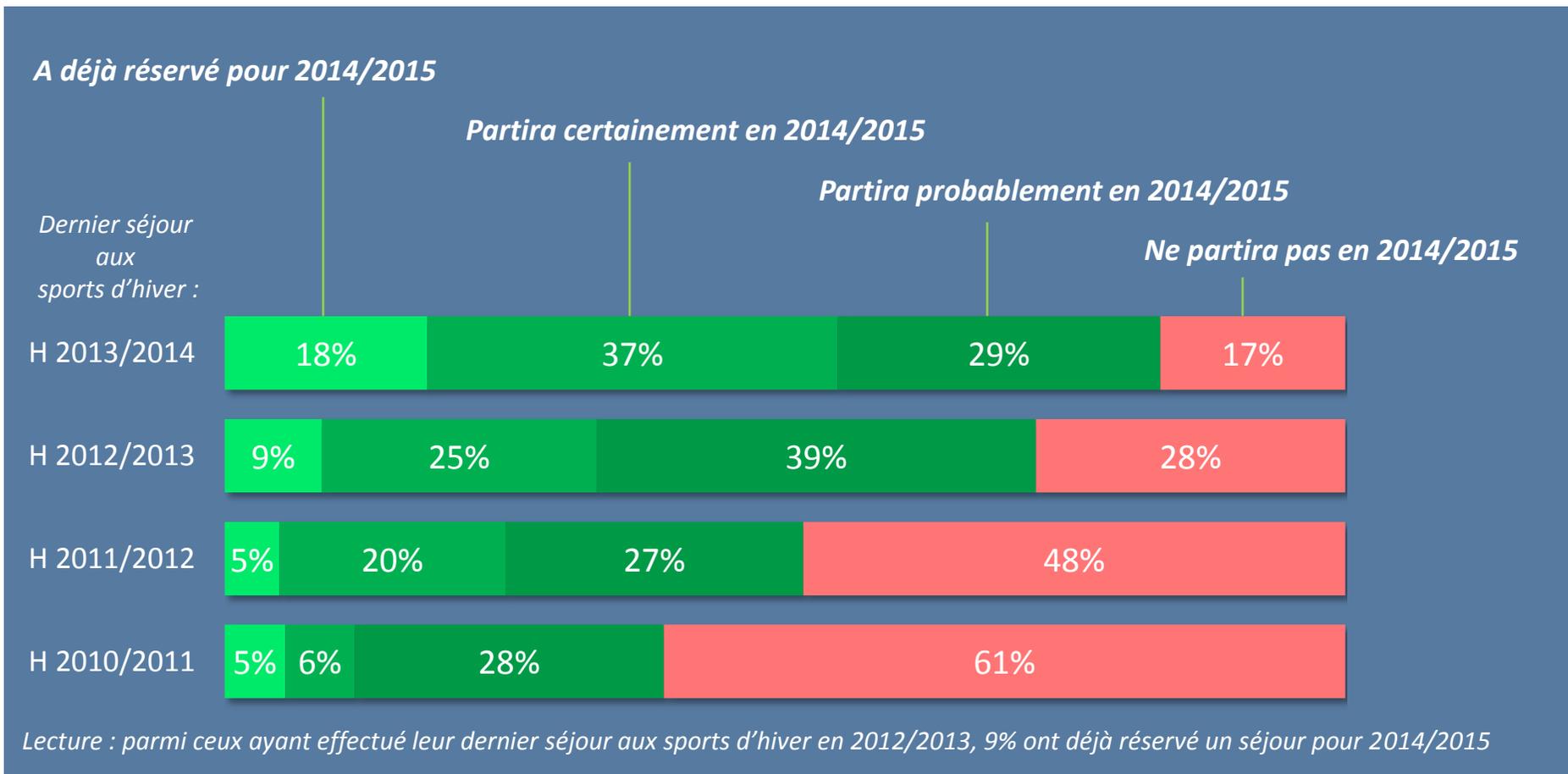


**TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION**, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

# 1. Intentions de départ

## Les intentions de départ pour l'hiver 2014 / 2015:

Les intentions de départ aux sports d'hiver sont fortement corrélées à l'historique de départ. Pour remplacer les clients perdus l'hiver précédent, il faut puiser dans un vivier de vacanciers aux pratiques plus occasionnelles, dont la transformation est plus difficile.

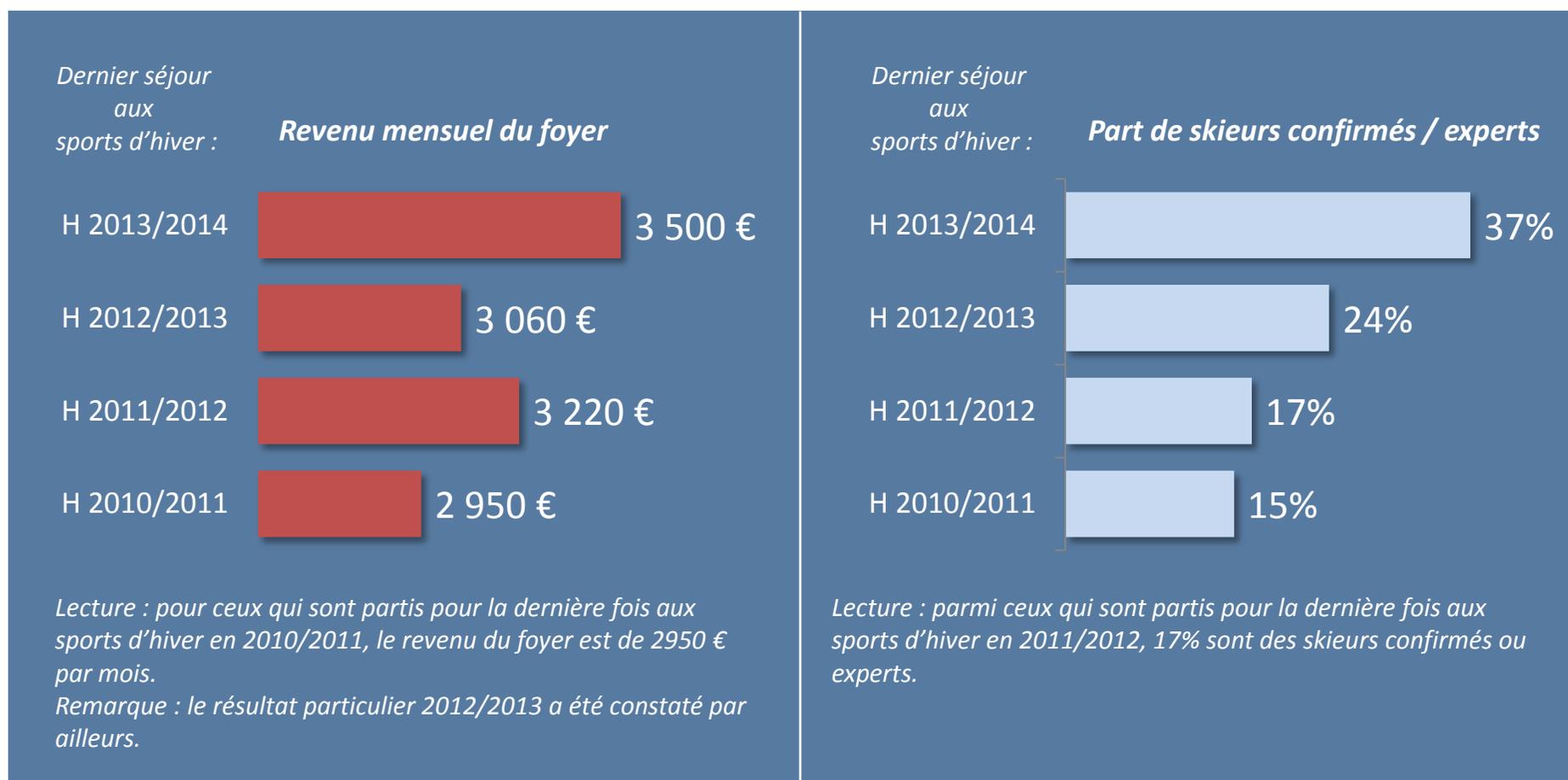


TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

# 1. Intentions de départ

## Les intentions de départ pour l'hiver 2014 / 2015 :

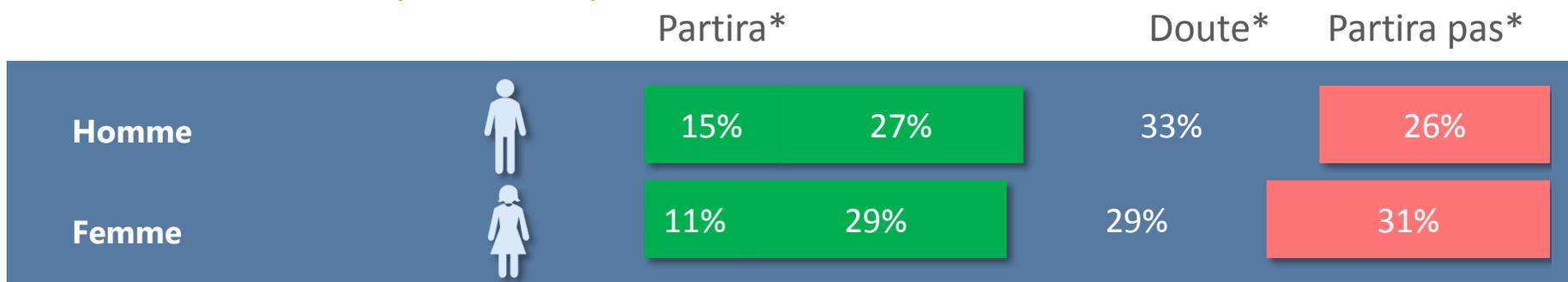
L'historique de départ est fortement corrélé aux revenus du foyer et au niveau de ski.



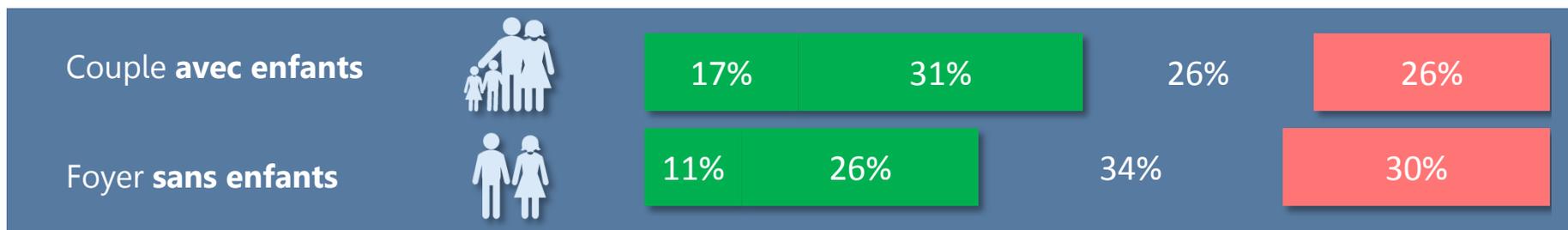
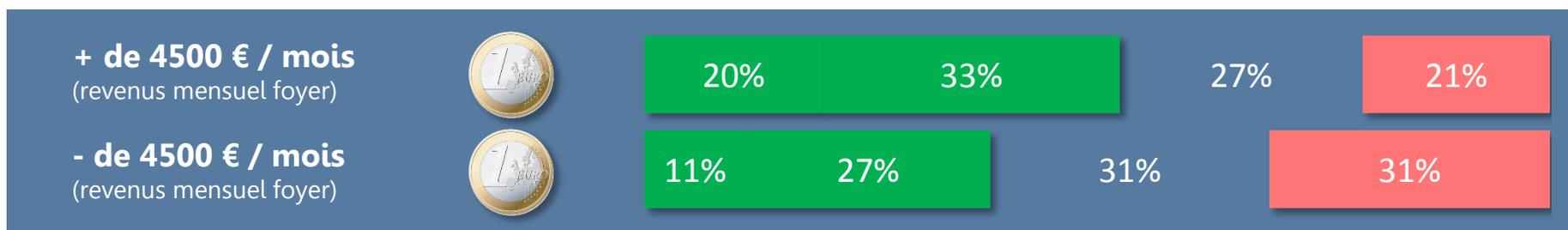
TOUTE UTILISATION OU PUBLICATION, totale ou partielle des résultats de ce sondage doit mentionner « Sondage LHM Conseil » dans son intégralité.

# 1. Intentions de départ

Les intentions de départ selon profil (Français étant partis aux sports d'hiver ces 4 dernières années)



Les différences d'intention entre hommes et femmes apparaissent aussi bien chez les couples que chez les célibataires. Elles sont néanmoins plus marquées chez les célibataires, alors que chez les couples la part de doute est plus importante.

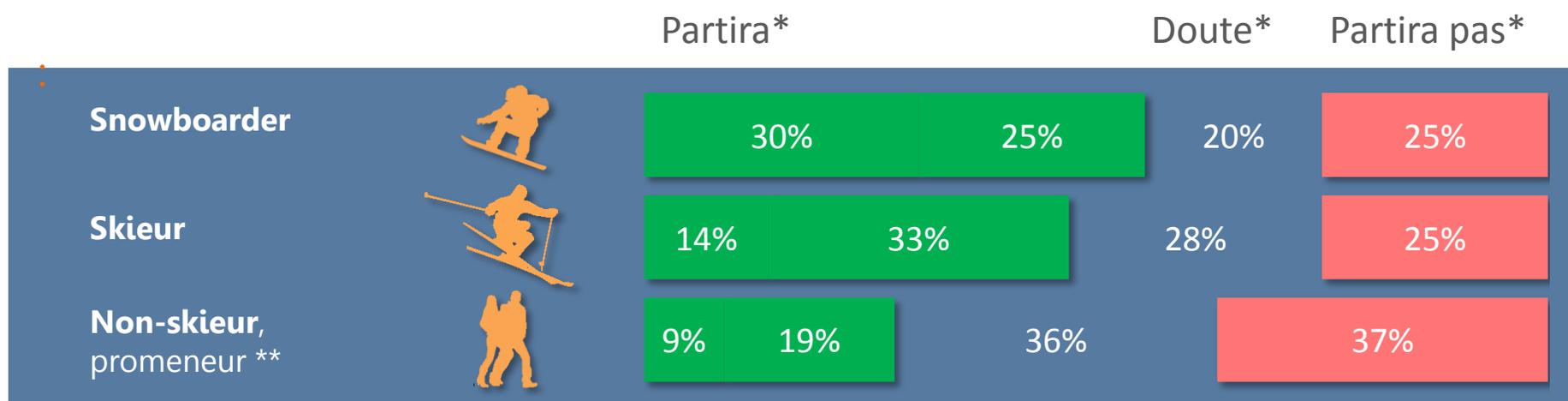


- Partira = a déjà réservé ou partira « certainement » ; Doute = partira « probablement »

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

# 1. Intentions de départ

Les intentions de départ selon profil (Français étant partis aux sports d'hiver ces 4 dernières années) :



\*\* Il s'agit de non-skieurs étant partis aux sports d'hiver au moins une fois ces 4 dernières années.



- Partira = a déjà réservé ou partira « certainement » ; Doute = partira « probablement »

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

## 2. Qu'est-ce qui les fait attendre ou douter avant de réserver ?

14 %

attendent les conditions  
d'enneigement et  
climatiques.

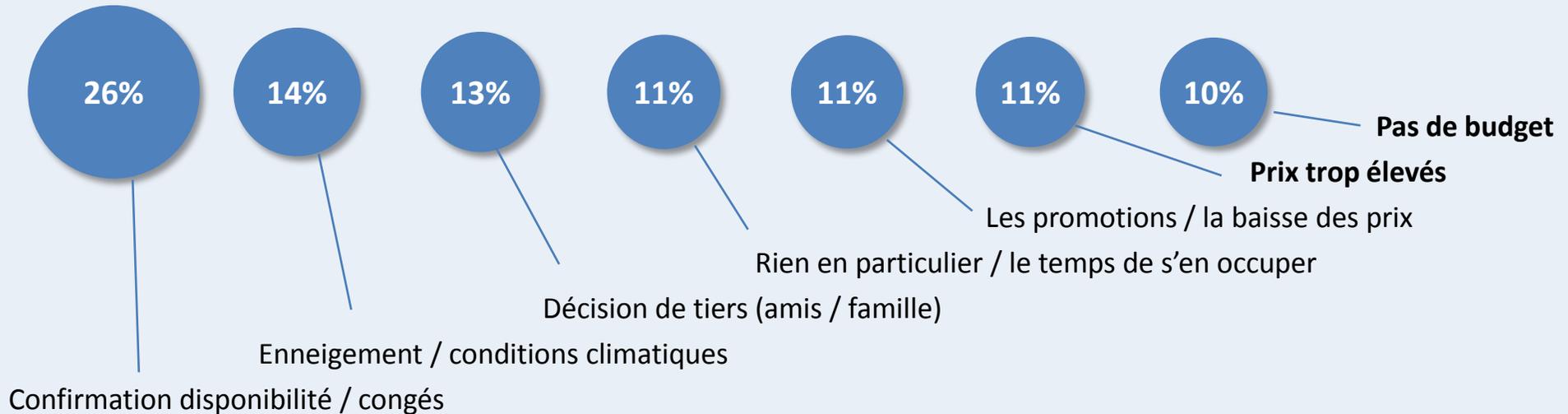
43 %

de ceux qui partent  
« **probablement** » ont  
des doutes sur leurs  
capacités financières, ou  
trouvent les prix trop  
élevés.

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

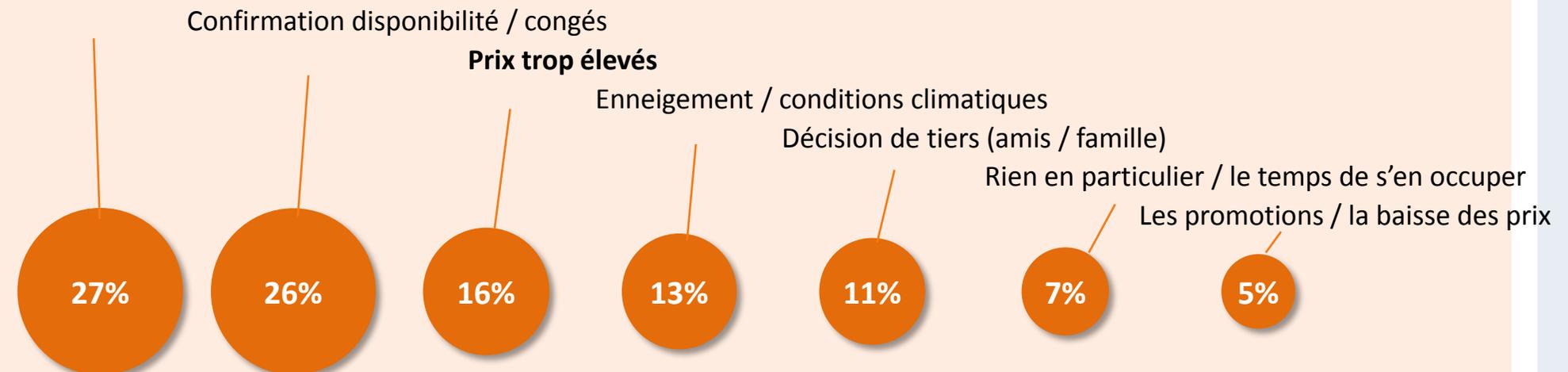
## 2. Qu'est-ce qui les fait attendre ou douter avant de réserver ?

Pour ceux qui partiront « **certainement** » (mais n'ont pas encore réservé au 20 octobre 2014)



Pour ceux qui partiront « **probablement** »

Pas de budget



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

### 3. Arbitrages budgétaires

**30%**

**souhaiteraient**  
réduire leur budget

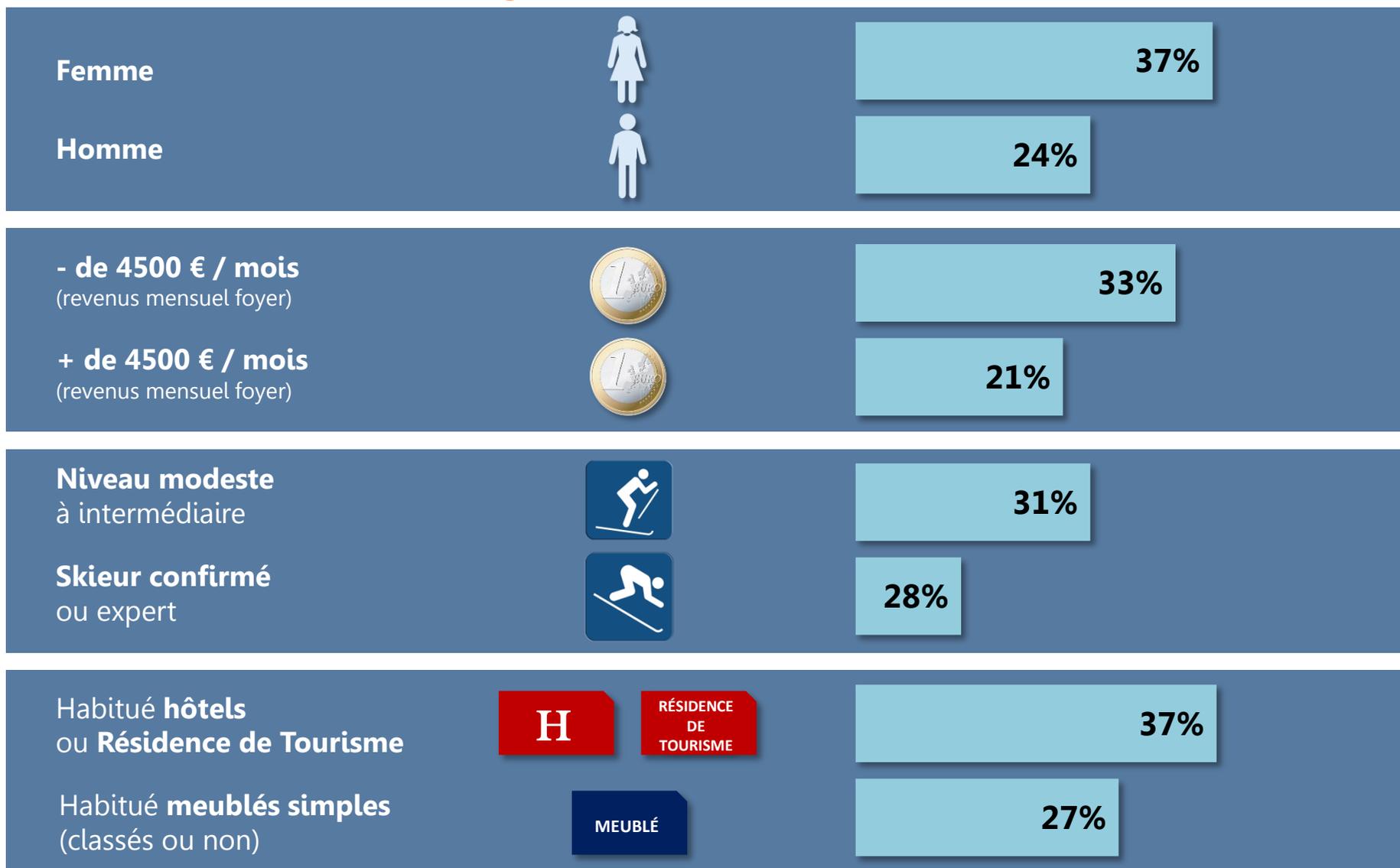
**18%**

**prévoient**  
réellement de réduire  
leur budget

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

# 3. Arbitrages budgétaires

Souhaitent réduire leur budget:



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

### 3. Arbitrages budgétaires

**26 %**

imaginent des mesures précises de réduction des dépenses

**43 %**

de ces mesures concernent la stratégie de choix : hébergement, station, format de séjour

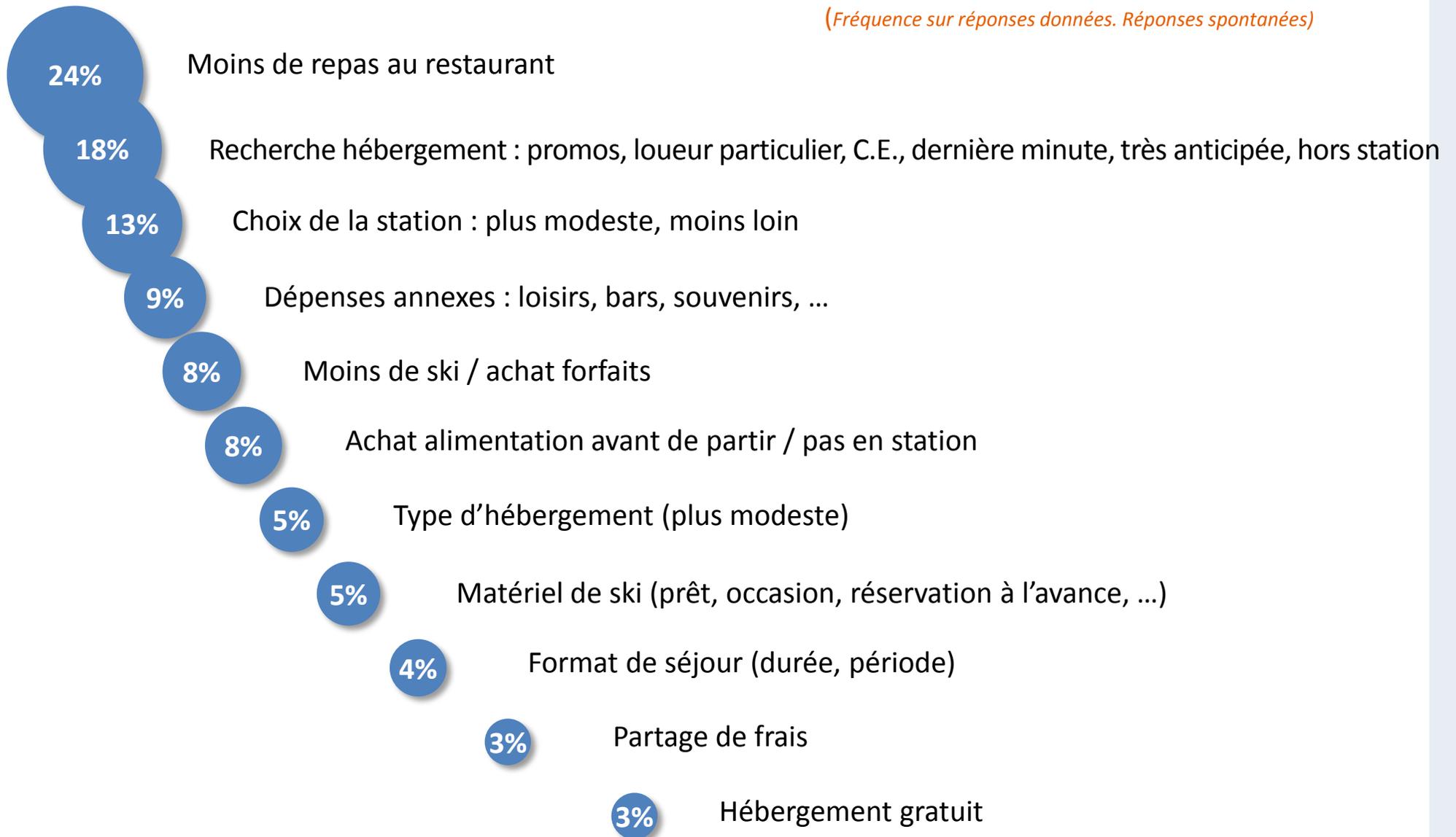
**39 %**

de ces mesures concernent les dépenses sur place : alimentation, restauration et loisirs annexes

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

# 3. Arbitrages budgétaires

26% de ceux qui partiront certainement ou probablement annoncent de vraies mesures de dépenses. Parmi ceux-ci :  
(Fréquence sur réponses données. Réponses spontanées)



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

# Commentaire & interprétation

- Sans surprises, les doutes sont corrélés avec les revenus disponibles.  
(Parmi ceux qui doutent, 3% font spontanément référence aux hausses d'impôts)
- Paradoxalement, les familles avec enfants, pour qui la pression budgétaire est la plus forte, affichent également une détermination plus forte.
- Les consommateurs sous pression budgétaire sont créatifs et certains trouvent des solutions pour composer leur propre produit low-cost : Ils réduisent les efforts sur les attributs les moins importants à leurs yeux, dans le but de préserver l'activité glisse, l'attribut principal. Néanmoins, une faible part prévoit une réduction de la consommation ski une fois sur place. A première vue, ces stratégies individuelles diminuent les retombées économiques directes en station, mais elles permettent probablement de maintenir un taux de départ correct, malgré le contexte économique.
- Des transferts de solutions d'hébergement avec services (hôtel et Résidences de Tourisme) vers des locations simples (classées ou non) sont possibles, comme vers la location de particulier à particulier.
- Dans une même tribu ou foyer, des motivations individuelles différentes peuvent créer des tensions autour du départ et des arbitrages budgétaires.

**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](mailto:contact@lhm-conseil.fr)

[www.lhm-conseil.fr](http://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 nov. 2014 – [contact@lhm-conseil.fr](mailto:contact@lhm-conseil.fr) – 33 (0)6 17 29 84 47 – [www.lhm-conseil.fr](http://www.lhm-conseil.fr)