

# OBSERVATOIRE DES COMPORTEMENTS G2A

## FOCUS SUR LA CLIENTÈLE JEUNES 18-25 ANS



ANALYSES &  
MARKETING TOURISTIQUE

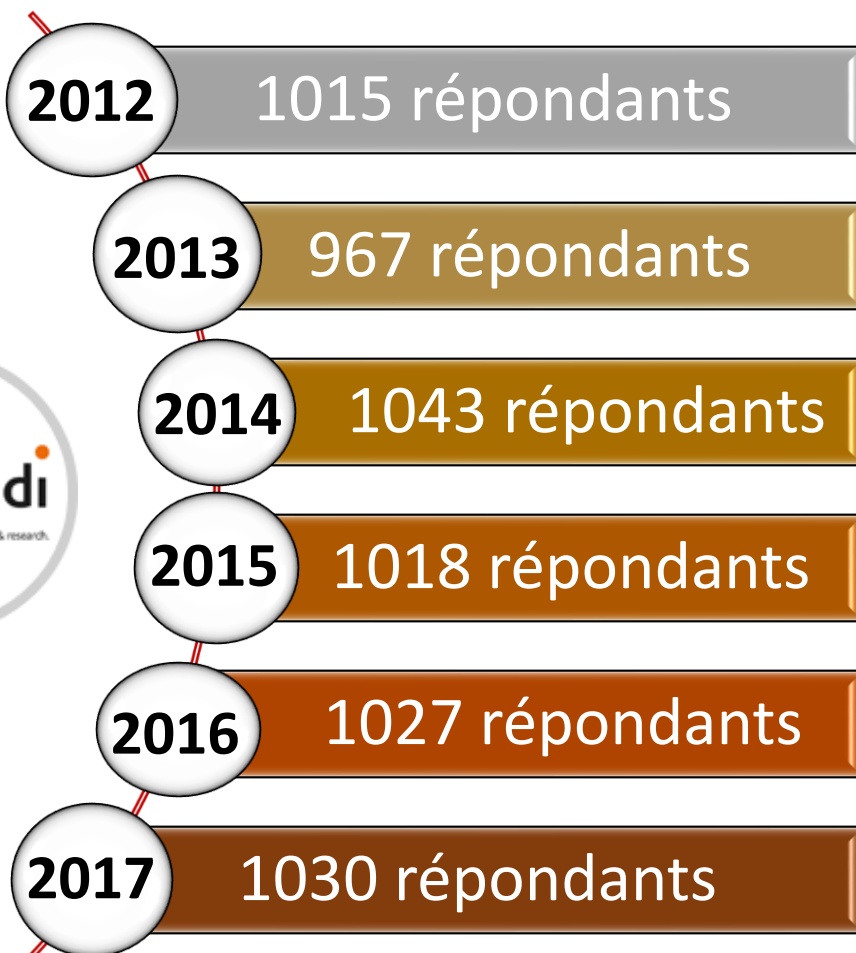
[WWW.G2A-CONSULTING.COM](http://WWW.G2A-CONSULTING.COM)

FEVRIER 2018

Au total

# 6 100

répondants représentatifs du marché **français**



Panel historique sur 6 années consécutives :

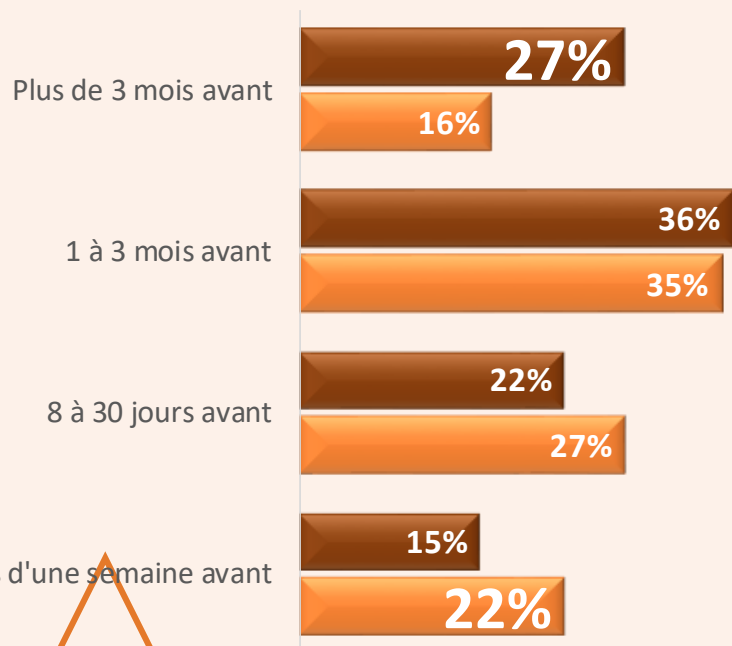
- Enquête en ligne
- 2 vagues d'envoi chaque hiver
- Environ 1 000 répondants par hiver
- Échantillons représentant les français de 18 ans ou plus ayant effectué au moins un séjour (avec minimum une nuitée) aux sports d'hiver
- Sélection des quotas : sexe, âge, région et revenu
- Pas d'analyse sur les clientèles étrangères

# LA RESERVATION



## Délai de réservation

■ Echantillon global ■ Clientèles jeunes 18-25 ans



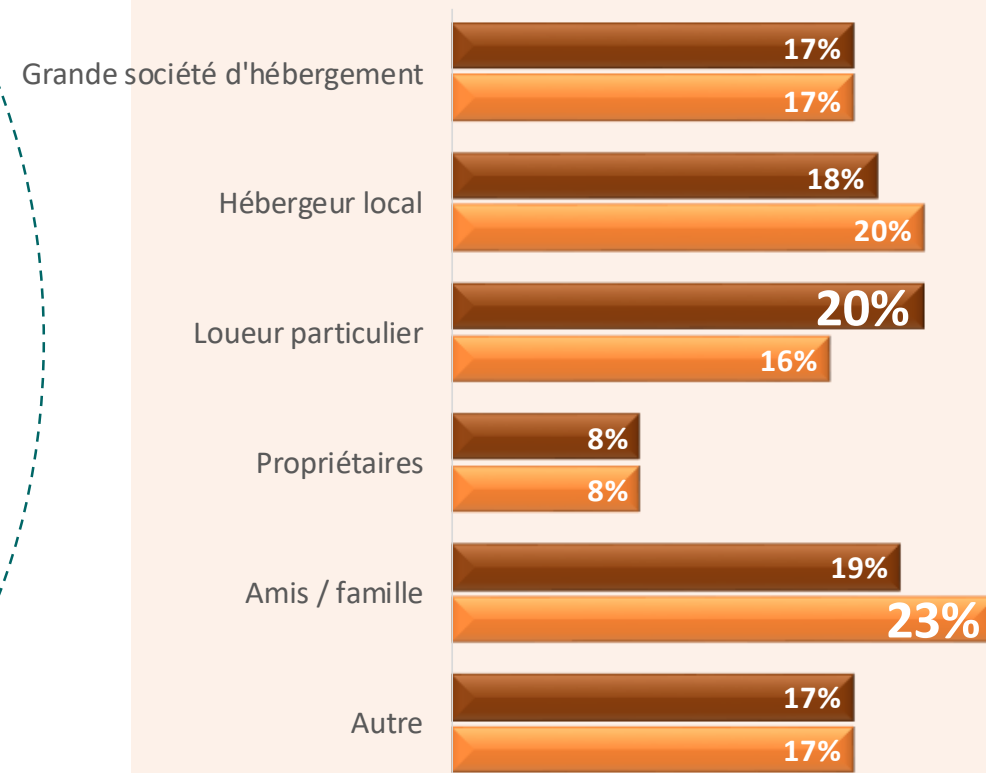
D'une part, la clientèle jeune (18-25 ans) **réserve plus tardivement** que la moyenne de l'échantillon global : 22% moins d'une semaine avant et seulement 16% plus de 3 mois avant.

D'autre part, la clientèle jeune privilégie un hébergement chez de la famille ou des amis (non marchand) pour 23% d'entre eux.

La part de séjours réservés auprès des loueurs particuliers est en nette augmentation depuis 2015 (10%) pour la clientèle jeune, tout comme la clientèle en général.

## Canaux de réservation

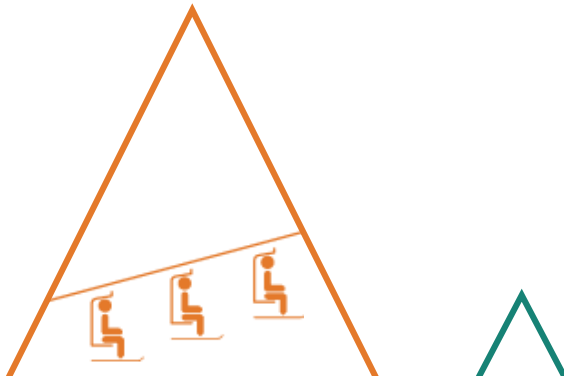
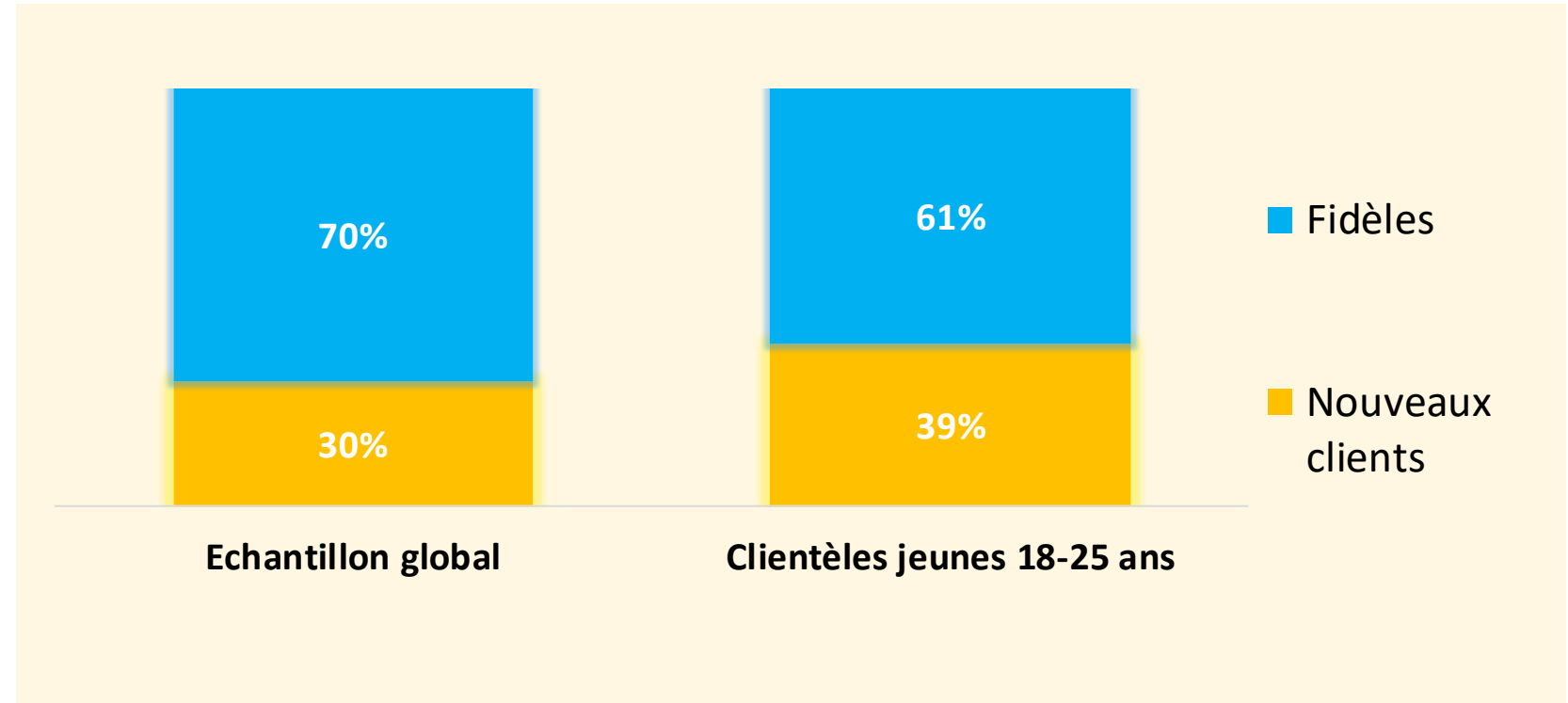
■ Echantillon global ■ Clientèles jeunes 18-25 ans



# LA FIDELITE

La part de « nouveaux clients » est de 30% en moyenne sur ces six dernières années.

En revanche, la clientèle jeune est composée à 39% de « nouveaux clients » et donc fait partie des **clientèles les moins fidèles.**



# CRITERES DE CHOIX DE DESTINATION

Les **trois premiers critères** de choix de destination sont identiques pour les jeunes clients et pour l'échantillon global : le **PRIX**, la solution **HEBERGEMENT** et le **DOMAINE SKIABLE**.

En revanche, pour la clientèle jeune, la **renommée / réputation** de la station, la **recommandation** ainsi que les **activités après-ski / hors-ski** sont des éléments plus décisifs que la moyenne dans le choix de la destination.

En outre, 25% des jeunes clients déclarent suivre la **décision de leurs amis ou leur famille** pour leur choix de destination (contre 14% pour la moyenne).

	Clientèle jeune 18-25 ans	Echantillon global
Prix intéressant	27%	27%
Solution hébergement	25%	26%
Domaine skiable	25%	24%
<b>J'ai suivi la décision de mes amis / famille</b>	<b>25%</b>	14%
Distance / voyage	19%	18%
Fidélité / habitude	19%	19%
Paysages	16%	14%
<b>Station familiale</b>	<b>14%</b>	21%
<b>Renommée / réputation</b>	<b>12%</b>	9%
<b>Recommandation</b>	<b>12%</b>	8%
Convivialité / hospitalité	11%	12%
Enneigement	9%	12%
<b>Atmosphère village</b>	<b>8%</b>	11%
Skis aux pieds	8%	10%
<b>Après-ski / activités hors-ski</b>	<b>8%</b>	5%
Ensoleillement	7%	8%
Services enfants	2%	4%
Autre	1%	2%



# LES BUDGETS ET REVENUS



■ Budget

■ Revenu



Echantillon global

Clientèle jeune 18-25 ans

44%

**RATIO**  
(part du budget dans le revenu)

56%

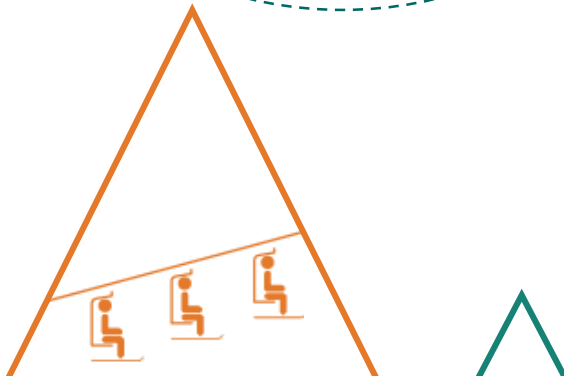
3,9 personnes en moyenne

6,5 personnes en moyenne

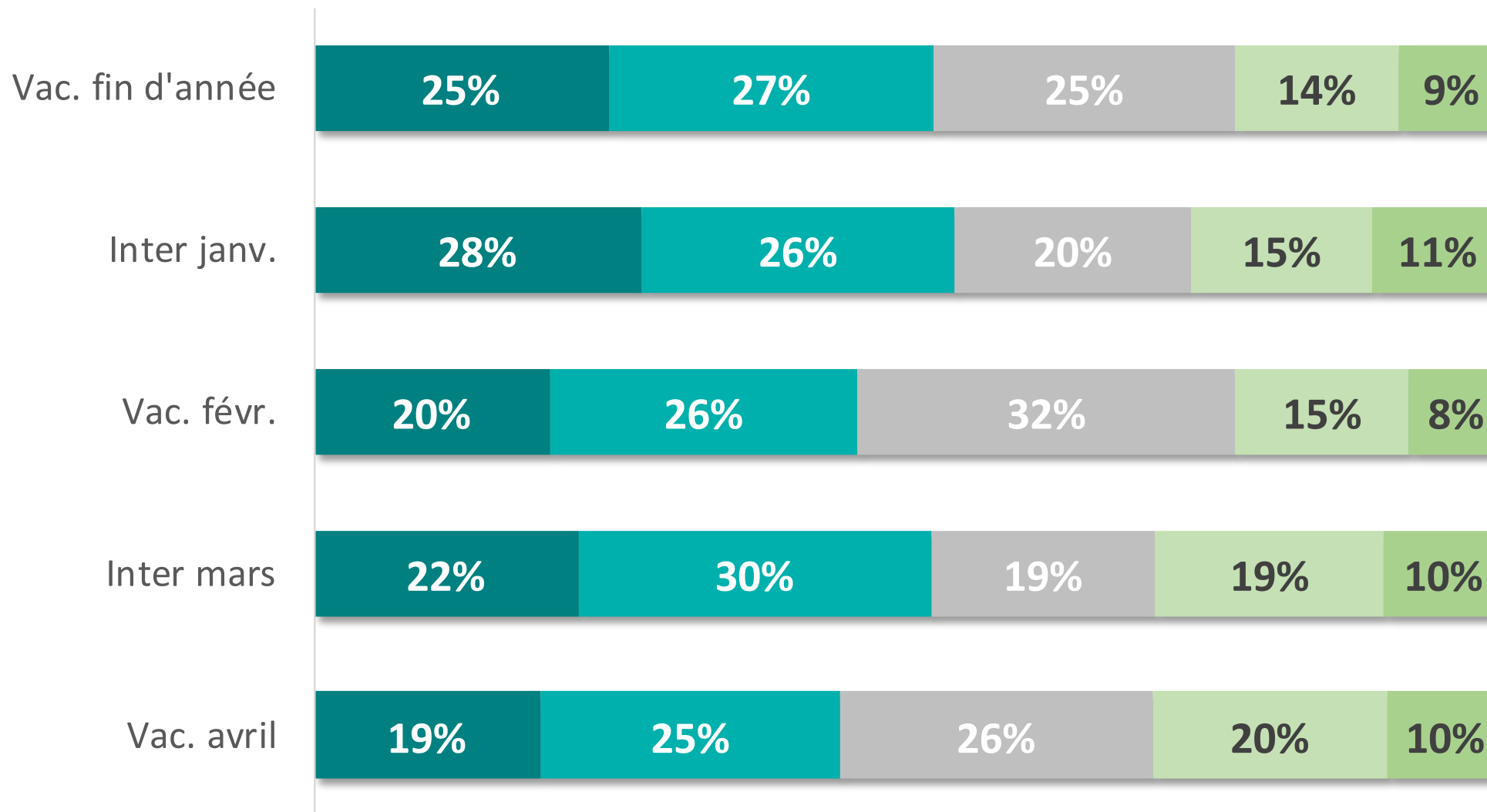
Sans surprise, la clientèle jeune a un **budget plus faible** consacré à leur séjour aux sports d'hiver.

Nous faisons la même remarque quant au revenu mensuel par foyer : les jeunes ont un revenu moyen plus faible.

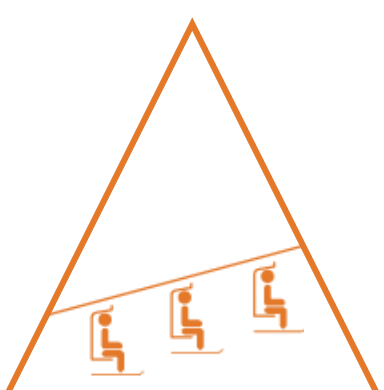
Pour la clientèle jeune, le budget consacré à leur séjour représente ainsi 56% de leur revenu mensuel. La part moyenne du budget dans le revenu est de 44%.



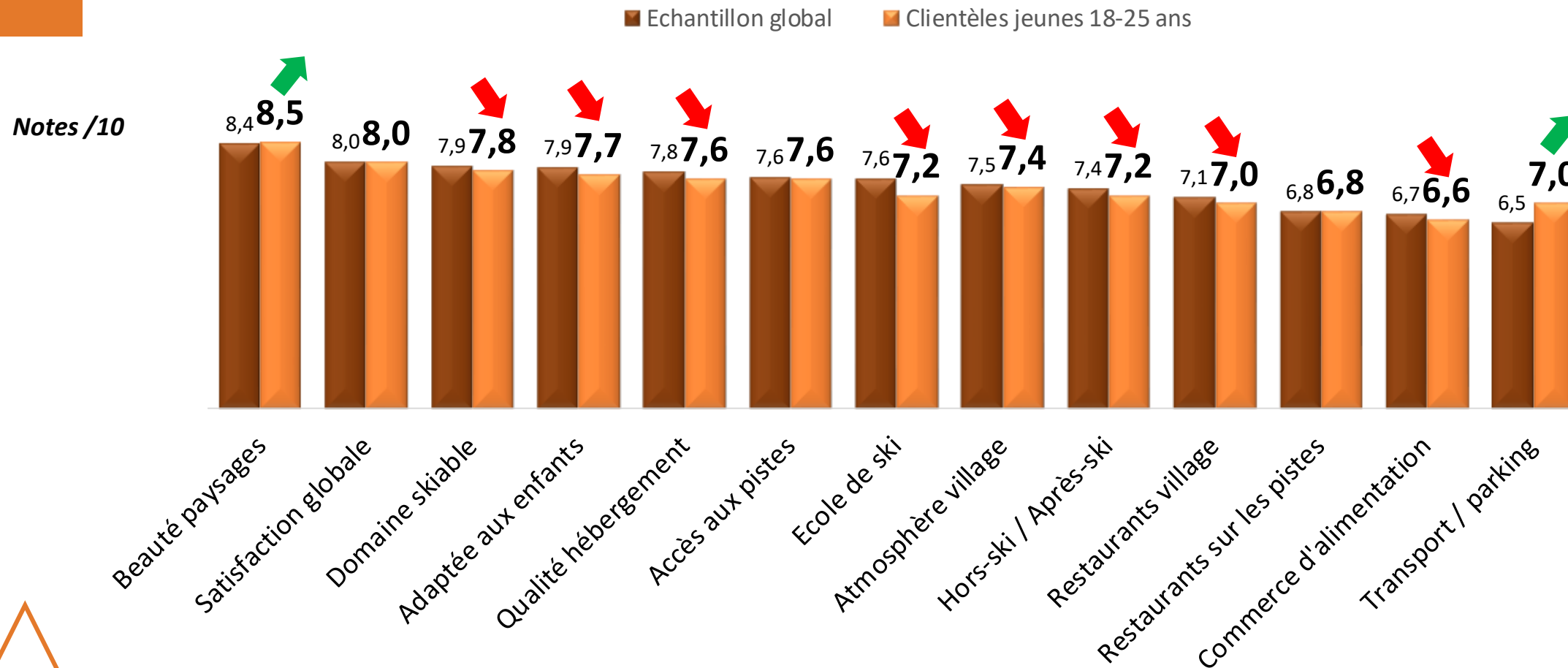
# LES TRANCHES D'ÂGE



■ Moins de 30 ans ■ 30 - 39 ans ■ 40 - 49 ans ■ 50 - 59 ans ■ Plus de 60 ans



# LA SATISFACTION



Globalement, pour 8 items sur 13, la clientèle jeune est moins satisfaite, peut-être plus exigeante, que la moyenne de l'échantillon global.  
En revanche, la clientèle jeune est plus satisfaite sur les items de la beauté des paysages et des transports et parking.





# OBSERVATOIRE DES COMPORTEMENTS G2A

## FOCUS SUR LA CLIENTÈLE JEUNES 18-25 ANS



[WWW.G2A-CONSULTING.COM](http://WWW.G2A-CONSULTING.COM)

FEVRIER 2018