Observatoire Valaisan du Tourisme

Bilan de la saison d'été 2022 & tendances

Secteur des Sports & Loisirs

Par Tourobs

Saison d'été

Les chiffres du panel Sport & Fun

2022

Données du panel Sport & Fun

Depuis 2018, nous monitorons le secteur des Sport & Loisirs en Valais.

Actuellement, notre panel est composé de 21 établissements représentant un large panel d'activités (Musées, Parc d'attraction, Centre de sport, Centre de bien-être, Activités de plein air, Golf,…).

En fonction des partenariats mis en place, nous collectons les données mensuellement ou par saison. Certains partenaires nous les livrent de manière automatique via Skidata tandis que d'autres les saisissent manuellement sur une plateforme spécialement dédiée à ce secteur d'activités : https://sport-fun.tourobs.ch/.

C'est grâce à ces acteurs, que nous tenons à remercier grandement, que nous pouvons dresser un état des lieux de ce secteur d'activités.

Données du panel Sport & Fun

Evolution du nombre de visiteurs en 2022 par rapport à 2021

Baromètre du tourisme valaisan

Appréciation de la saison d'été 2022

Notation

6,5 / 10

Appréciation globale de la saison d'été, pour le secteur des sports et loisirs en Valais

Fréquentation

Juin 2022

Juillet 2022

Août 2022

Septembre 2022

Chiffres d'affaires

Appréciation du chiffre d'affaires durant la saison d'été

Perspectives économiques

Perspectives économiques pour les mois à venir

Appréciation par destination

Appréciation de la saison d'été par destination

Tendances & Perspectives

A l'horizon 2023-2024

Le marché juteux de la digitalisation des activités.

La bataille des OTA et de Google se poursuit sur fond de digitalisation des activités de loisirs.

Booking, qui veut offrir une expérience de réservation unicanale à ses clients, conclue un accord avec l’entreprise Klook, spécialisée dans la distribution d’expériences et d’activités loisirs (principalement en Asie).

Parallèlement, Google creuse son sillon et fait de la digitalisation des activités un axe stratégique prioritaire. Google a récemment développé la fonctionnalité "Google Things To Do" qui donne la possibilité de réserver un billet directement auprès d'une attraction touristique depuis son moteur de recherche. Aux Etats-Unis, ces fonctionnalités pourraient même être visibles dans Google Maps très prochainement.

Qu’en penses les principaux intéressés ? Une récente étude de la société Régiondo pointe l’insatisfaction des prestataires d’activités vis-à-vis de leur relation commerciale avec les OTA. Ces derniers dénoncent notamment des commissions trop importantes, ou encore un manque de contrôle sur leurs ventes.

Laisser le client fixer son prix d'achat ?

Cette stratégie de prix serait ludique pour le client et gagnant-gagnant selon la société Convious. Explications

L'entreprise néerlandaise Convious, spécialiste en e-commerce pour les parcs d'attractions et activités de loisirs, a développé la solution digitale « Name Your Own Price ». Cette dernière consiste, pour un internaute, à fixer son prix d'achat. L'internaute qui souhaite réserver un billet pour un parc de loisirs peut demander la réduction du prix de son entrée. Concrètement, il fait glisser un curseur sur une jauge qui lui indique si cette réduction est envisageable ou non.

Une stratégie de prix préalablement définie permet aux parcs de rester toujours bénéficiaire. L'aspect ludique de la solution digitale dissuade l'internaute de se rendre sur un autre site internet pour comparer les prix.

Pour l'entreprise Convious, « la situation est « gagnant-gagnant » : le client paie ce qu'il a envie de payer et le site réalise une nouvelle vente en ligne. » Les phases de test sont concluantes puisque l'utilisation de l'outil permet d'augmenter le taux de conversion de 8,45 %.

L'abonnement: futur business model du tourisme ?

Dans le tourisme, ce modèle d’affaires n’est pas très répandu mais le potentiel de développement est réel.

- Fidéliser, attirer de nouveaux clients, sécuriser les liquidités : l’abonnement possède des arguments qui résonnent aujourd’hui chez de nouvelles entreprises qui n'étaient pourtant pas familières avec ce modèle d'affaires.

- De jeunes entreprises voient le jour et s'engouffrent sur un marché encore peu développé. Mais, la tendance n'échappe pas aux professionnels déjà strcuturés. En France, de nouveaux concepts émergent dans la vente de voyages, l'hébergement (ex. La Compagnie des Alpes) et même la restauration.

- En Suisse, l'abonnement connaît un succès certain. Le Magic Pass et l'Abobo culturel en sont les plus récents exemples.

Attention portée à la durabilité.

La durabilité des entreprises devient un critère de choix dans la sélection des activités.

- A la maison, au travail, comme en vacances, l'impact environnemental que laisse le consommateur est devenu une préoccupation.

- Les clients prennent conscience de l'importance d'un mode de vie durable et se tournent plus naturellement vers ces offres. Cette tendance devrait encore s'accentuer.

- Une pression sur le verdissement des activités touristiques s'exerce par le biais des grandes entreprises du numérique. En effet, des plateformes comme Booking ou Google, accordent plus de visibilité aux produits durables en offrant un meilleur référencement de ceux-ci sur Internet. De même, en voulant faire preuve de transparence auprès de l'internaute, certaines plateformes affichent l'empreinte carbone du tourisme (pour le moment transport et hébergement). Un nouveau paramètre qui sera bientôt déterminant pour choisir entre deux activités.

2023 : Le poids de l'inflation sur les ménages.

Un récent sondage d'OpinionWay réalisé en France montre que l’envolée des prix pousse les familles à revoir leurs dépenses, y compris dans les loisirs.

Après deux ans de pandémie, 2023 restera probablement une année de défis sur le plan économique. La hausse des prix de l'énergie, et l'inflation généralisée, freinent la reprise économique. Les ménages veulent maintenir les vacances et les sorties mais les dépenses seront toutefois recalculées. Certaines activités, comme la restauration sur les sites par exemple, sont tout simplement abandonnées.

Vous êtes responsable d'une activité de sport ou de loisirs mais votre établissement ne fait pas encore partie du panel ?

Contactez M. Christophe Hadorn

christophe.hadorn@hevs.ch
qui vous fournira un accès sur la plateforme.

Avec votre accès, vous pourrez comparer vos chiffres mensuels à chaque fin de mois avec ceux de l'ensemble du panel « Sport & Fun » .

★ Observatoire Valaisan du Tourisme

www.tourobs.ch

Technopôle 3
CH-3960 Sierre
info@tourobs.ch