



# Center Parcs

## Parcs de Rousset et Poligny

*Extraits du rapport du 08 Mars 2014*

L'étude a été réalisée sur 3 zones géographiques bien distinctes avec des invitations réalisées sur un pool représentatif de la population française.

**La cible :** Individus ayant effectué, au cours des 4 dernières années, au moins un court séjour pour des loisirs en France en hébergement payant et ayant déjà séjourné - ou non réfractaires à partir - dans un village de loisirs.

Les échantillons sont donc naturellement représentatifs de la cible attendue sur les 3 zones :

La zone de Chalandise de Poligny et Rousset : 677 individus interrogés

L'île de France : 488 individus interrogés

La Suisse (départements frontaliers) : 201 individus interrogés

**Méthodologie :** Etude online via le panel EasyPanel – individus interrogés entre le 27 Février et le 04 Mars 2014.

En parallèle, sur la même période, un email d'invitation à répondre au questionnaire a également été envoyé au fichier détenu par Center parcs et a permis d'interroger en plus 1126 individus répartis comme suit :

Clients Rétention : 79 individus  
 Upsell : 505 individus  
 Prospects : 156 individus

} Sur la zone de chanlandise

Clients Rétention Multiparcs : 386 individus

} Toute France

L'analyse est réalisée sur chacun de ces découpages.

## ***CE QU'IL FAUT RETENIR***



## CE QU'IL FAUT RETENIR

- ✓ Il existe sur les 3 zones **un fort potentiel** :
  - Sur la zone de chalandise : 63% des individus
  - Sur l'Ile de France : 67% des franciliens
  - Sur la Suisse (zone frontalière) : 44% des suisses frontaliers
  
- ✓ Une cible « facilement » captive **puisque 80% de la cible aime changer de destination** : les raisons de leur volatilité ? Des tarifs intéressants, se retrouver dans des environnements naturels différents et pour le simple plaisir de changer !
  
- ✓ La **notoriété de Center Parcs est bien assise** sur les différentes zones et Center Parcs **est un prestataire avec lequel on envisage fortement de partir en cour-séjour.**
  
- ✓ Les courts-séjours sont réalisés principalement par **des familles avec enfants.**
  
- ✓ Les déplacements se font généralement **en voiture** et en train : Une offre « train + séjour » pourra être un apport complémentaire pour les Franciliens (liaisons TGV)
  
- ✓ Une zone de chalandise qui peut être élargie : le temps moyen de trajet jugé « raisonnable » pour partir en court-séjour **est de 4 heures**. Un temps qui peut être encore élargi si le concept proposé est innovant et situé dans une région à découvrir et séjourner plus longtemps (1 semaine)
  
- ✓ Des individus attentifs à l'offre de village de loisirs autour de leur domicile à une distance moyenne « raisonnable » de **4 heures**... l'offre qui leur est proposée est pour le **moment jugée insuffisante !** Que ce soit **en quantité ou en qualité** (En effet, moins d'un individu sur 10 trouve l'offre « très » suffisante, alors qu'ils sont environ 40% à la trouver insuffisante)
  
- ✓ Près de **90% des individus se déclarent susceptibles de venir dans un nouveau village de loisirs situé à distance raisonnable de leur domicile !**



## CE QU'IL FAUT RETENIR

- ✓ Attention, toutefois à **l'offre qui doit être proposée** :

Une nouvelle offre qui doit offrir un **bon confort d'hébergement**, un **environnement naturel de qualité** et une **variété d'activités**. Attention au rapport / qualité prix (un critère toujours à prendre en compte **surtout pour la population de la zone de chalandise**)

**La clé du succès** : « Une offre innovante par sa localisation, son environnement naturel et les activités qui doivent également susciter la tentation et l'envie de découvrir ».

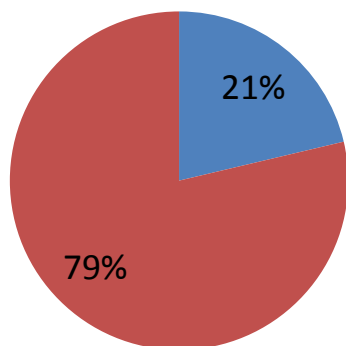
- ✓ Tous ces éléments concourent à ce que les individus **n'aient pas d'hésitation à vouloir séjourner dans les 2 nouveaux villages de loisirs qui pourront leur être proposés à proximité par un prestataire qu'ils apprécient**
- ✓ 75% des individus de la zone de chalandise sont susceptibles de visiter les 2 villages, 71% des franciliens et 66% des Suisses
- ✓ **Les 2 parcs doivent proposer des activités, des jeux, des loisirs différents enrichis par des activités extérieures de proximité, le tout dans des environnements différents.**
- ✓ Au niveau des clients Center parcs, l'ensemble des données de l'étude montrent que ces derniers ont un comportement très spécifique. Ils sont très infidèles à leur destination mais **très fidèles à la marque Center Parcs**, qui en notoriété vient en second des marques France



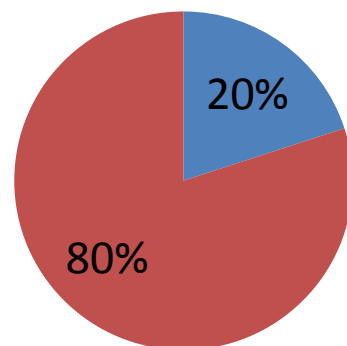
## Les séjours en villages de loisirs

« Parmi ces deux propositions, laquelle vous décrit le mieux ? »

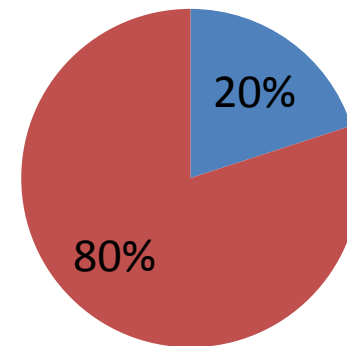
- De façon générale, j'aime me retrouver dans des endroits que je connais, où j'ai mes habitudes
- De façon générale, j'aime découvrir de nouvelles destinations, de nouvelles expériences



ZC



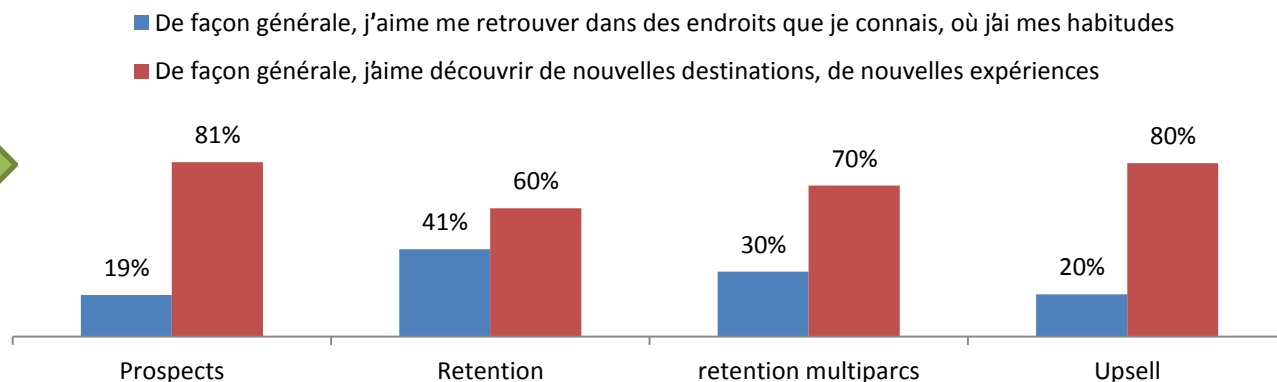
Idf



Suisse

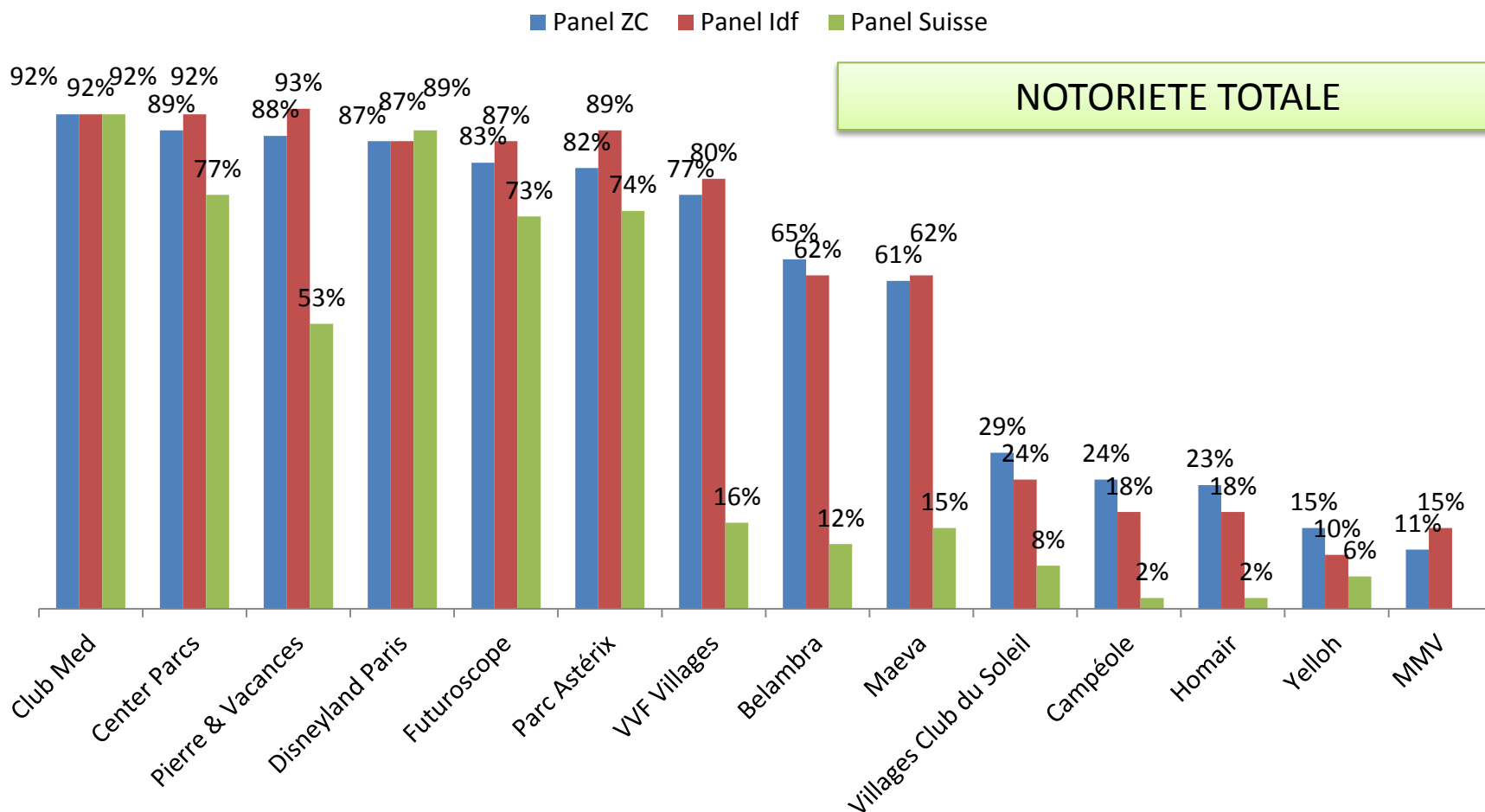
Quelle que soit la population du panel étudiée, 1 personne sur 5 seulement aime garder ses habitudes, ses endroits préférés...

Mais des clients rétention et rétention multiparcours qui sont plus désireux de conserver leurs habitudes...



## Notoriété des prestataires

« Et parmi les marques suivantes, quelles sont toutes celles que vous connaissez ne serait-ce que de nom ? »



Une forte notoriété de Center Parcs sur la zone de chalandise et en Ile de France, au même niveau que le Club Med, Pierre et vacances, Disneyland Paris, le Futuroscope et le parc Astérix. Une notoriété toutefois plus faible en Suisse (77%) mais qui reste tout de même très satisfaisante au vu des faibles scores des autres villages de loisirs.

## Les séjours en villages de loisirs

«Si vous deviez organiser un court séjour de loisirs en France en hébergement payant, envisageriez-vous de partir avec le prestataire : »

	Panel ZC		Panel Idf		Panel Suisse		Prospect		Retention		retention multiparcs		Upsell	
	% tout à fait	% tout à fait + plutôt	% tout à fait	% tout à fait + plutôt	% tout à fait	% tout à fait + plutôt	% tout à fait	% tout à fait + plutôt	% tout à fait	% tout à fait + plutôt	% tout à fait	% tout à fait + plutôt	% tout à fait	% tout à fait + plutôt
<b>Disneyland Paris</b>	35%	76%	28%	60%	34%	70%	49%	79%	44%	81%	33%	68%	42%	76%
<b>Center Parcs</b>	31%	80%	40%	84%	38%	88%	58%	93%	94%	99%	80%	99%	76%	96%
<b>Pierre &amp; Vacances</b>	31%	83%	32%	84%	24%	77%	35%	82%	38%	74%	33%	81%	29%	77%
<b>Villages Club du Soleil</b>	30%	78%	28%	83%	-	-	-	-	-	-	17%	57%	16%	67%
<b>Futuroscope</b>	28%	77%	29%	72%	24%	74%	35%	77%	38%	70%	24%	72%	28%	71%
<b>Homair</b>	26%	74%	19%	70%	-	-	-	-	-	-	21%	59%	29%	64%
<b>VVF Villages</b>	26%	78%	22%	73%	-	-	-	-	-	-	15%	56%	16%	63%
<b>Club Med</b>	26%	68%	33%	71%	25%	65%	36%	70%	25%	66%	25%	58%	29%	64%
<b>Yelloh</b>	25%	74%	28%	82%	-	-	-	-	-	-	38%	73%	32%	72%
<b>Maeva</b>	24%	78%	25%	79%	-	-	-	-	-	-	15%	62%	20%	67%
<b>Belambra</b>	23%	77%	24%	74%	-	-	-	-	-	-	16%	61%	22%	68%
<b>Parc Astérix</b>	21%	64%	23%	59%	18%	55%	27%	65%	24%	64%	19%	56%	20%	57%
<b>MMV</b>	19%	72%	16%	73%	-	-	-	-	-	-	15%	63%	12%	60%
<b>Campéole</b>	15%	67%	9%	66%	-	-	-	-	-	-	12%	52%	14%	60%

Quelle que soit la population, Center Parcs est un prestataire que les individus envisagent fortement pour de futurs courts-séjours. Un bon score à relativiser tout de même au vu du faible taux de rejet concernant les autres prestataires.

Sur la zone de chalandise, Center Parcs obtient un très bon score d'intention d'achat de 80% au même niveau que pour l'Île de France (84%) et pour la Suisse (88%).

Il est intéressant de noter que le score d'intention d'achat certain (% tout à fait) est significativement plus élevé sur l'Île de France et en Suisse que dans la zone de chalandise.

Concernant les clients, le score d'intention d'achat (plutôt de ré-achat) est proche de 100%, ce qui laisse à penser que les clients sont globalement très satisfaits de la prestation Center Parcs.

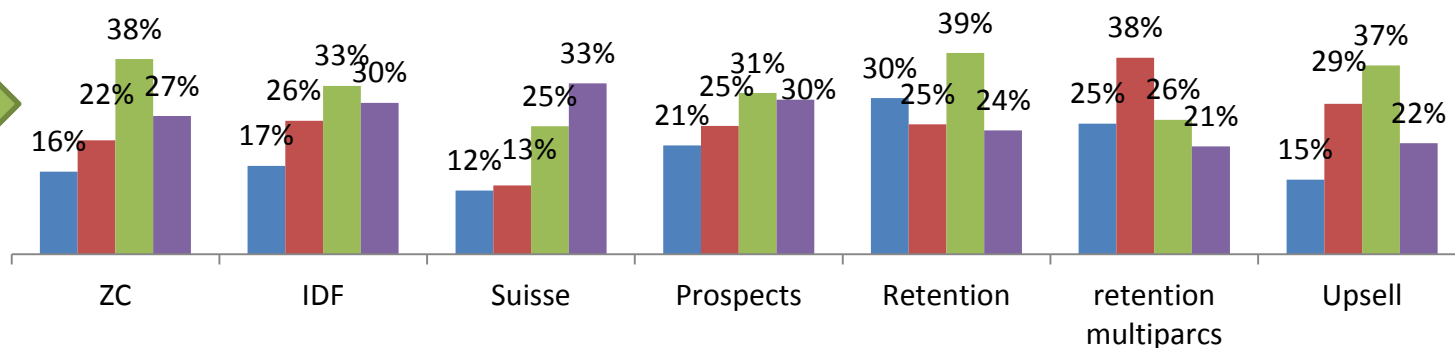


## Les habitudes de voyage

« Généralement, lorsque vous partez en court séjour en France pour vos loisirs, vos temps de trajets sont de : »

■ Moins de 2 heures ■ De 2 à 3 heures ■ De 3 à 5 heures ■ Plus de 5 heures

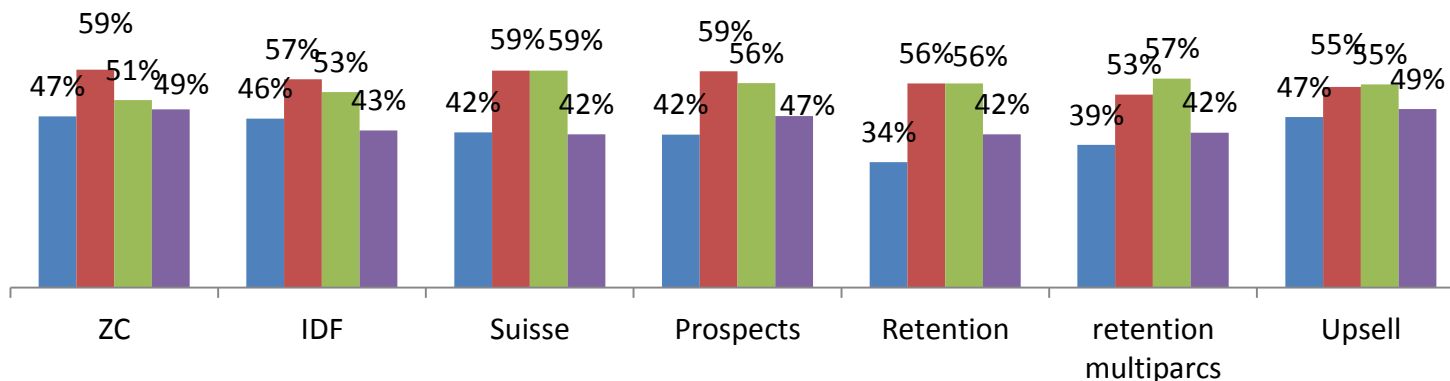
Très souvent



38% des individus de la zone de chalandise ont des temps de trajets le plus souvent de 3 à 5 heures, tout comme les Franciliens.  
33% des suisses vont le plus souvent vers des destinations situées à plus de 5 heures.

■ Moins de 2 heures ■ De 2 à 3 heures ■ De 3 à 5 heures ■ Plus de 5 heures

De temps en temps

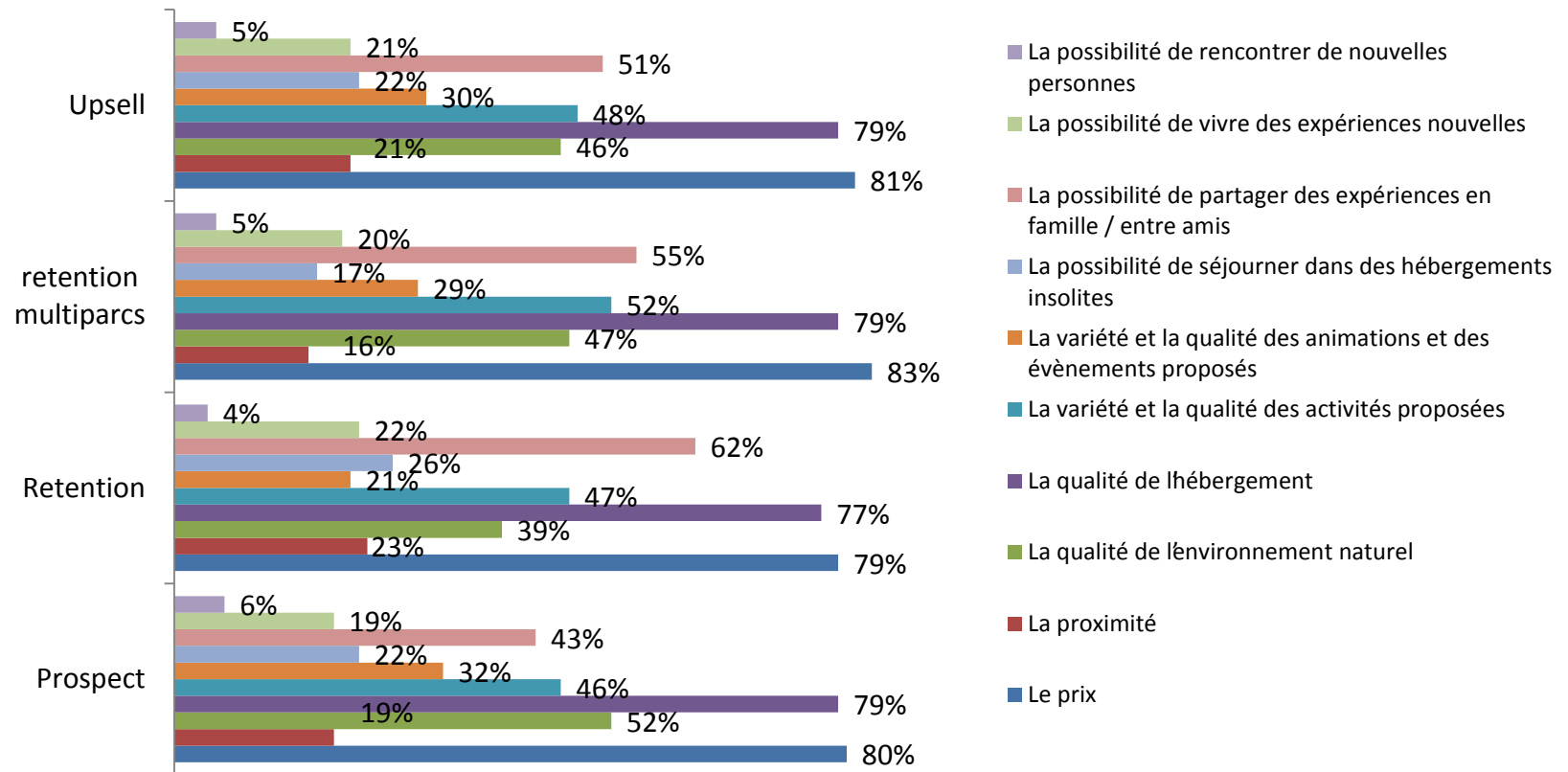


Mais des temps de trajets qui peuvent dépasser les 5h de temps en temps pour tous les individus.

## Les habitudes de voyage

« Parmi ceux-ci, quels sont les quatre critères les plus importants dans le choix de vos courts séjours de loisirs en France en hébergement payant ? »

### Les 4 critères les plus importants



Pour les clients, 3 critères ressortent fortement : Le prix, la qualité de l'hébergement et la possibilité de partager des expériences en famille / entre amis.

2 critères viennent ensuite : la variété et la qualité des activités proposées et la qualité de l'environnement naturel.

## Les habitudes de voyage

« Quand il s'agit de programmer des courts séjours de loisirs en France en hébergement payant... »

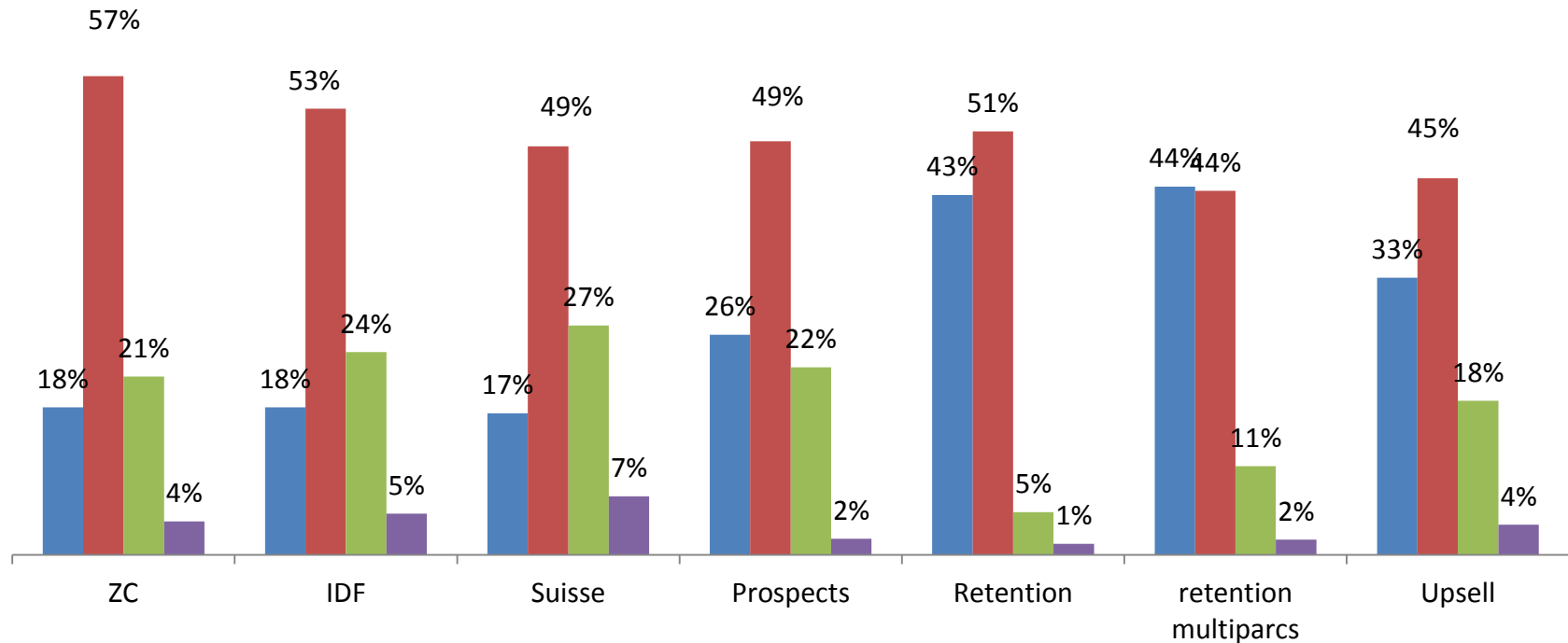
### Détail par critères

		Panel ZC	Panel Idf	Panel Suisse	Prospect	Retention	retention multiparcs	Upsell
J'aime pouvoir adapter mes choix en fonction des circonstances (saison, personnes avec qui vous partez, durée du séjour...)	Tout à fait d'accord	44,3%	46,3%	44,3%	55,8%	48,1%	45,6%	51,1%
	Plutôt d'accord	51,4%	48,6%	49,8%	39,1%	48,1%	49,2%	45,0%
	Pas d'accord	4,3%	5,1%	6,0%	5,2%	3,8%	5,2%	4,0%
J'aime pouvoir varier les expériences (ambiance, architecture, thème, )..	Tout à fait d'accord	34,9%	37,7%	39,3%	34,6%	29,1%	24,6%	28,7%
	Plutôt d'accord	56,7%	54,7%	47,8%	51,3%	49,4%	59,3%	55,4%
	Pas d'accord	8,4%	7,6%	12,9%	14,1%	21,5%	16,1%	15,9%
J'aime pouvoir varier les destinations tout en continuant à profiter d'un concept que j'apprécie	Tout à fait d'accord	36,9%	40,2%	33,8%	50,0%	36,7%	46,9%	40,8%
	Plutôt d'accord	57,6%	54,5%	55,7%	42,3%	57,0%	49,0%	50,1%
	Pas d'accord	5,5%	5,3%	10,5%	7,7%	6,3%	4,1%	9,1%
J'aime pouvoir varier les activités pratiquées	Tout à fait d'accord	31,6%	35,2%	25,9%	39,1%	27,8%	29,3%	30,7%
	Plutôt d'accord	59,4%	56,1%	59,2%	51,3%	67,1%	61,4%	58,4%
	Pas d'accord	9,0%	8,6%	14,9%	9,6%	5,1%	9,3%	10,9%
J'aime pouvoir varier les destinations	Tout à fait d'accord	52,9%	53,7%	52,7%	57,7%	32,9%	37,8%	47,9%
	Plutôt d'accord	43,6%	42,0%	41,8%	37,2%	53,2%	54,1%	45,7%
	Pas d'accord	3,5%	4,3%	5,5%	5,1%	14,0%	8,0%	6,3%
J'aime pouvoir varier les modes d'hébergement	Tout à fait d'accord	23,5%	29,3%	20,4%	31,4%	21,5%	17,9%	18,6%
	Plutôt d'accord	54,2%	49,2%	47,8%	42,3%	44,3%	48,7%	53,3%
	Pas d'accord	22,3%	21,5%	31,9%	26,3%	34,2%	33,4%	28,2%

## Attractivité des 2 villages de loisirs

«Si deux nouveaux villages de loisirs ouvraient à xxx de trajet de votre domicile, seriez-vous susceptible d'aller passer quelques jours dans l'un ET dans l'autre ? »

■ Très certainement ■ Assez certainement ■ Peu certainement ■ Certainement pas



Une duplication de séjour dans les 2 villages de loisirs possible :  
75% des individus de la zone de chalandise sont susceptibles de visiter les 2 villages de loisirs, 71% des franciliens et 66% des Suisses. Les clients Center Parcs quant à eux sont encore plus susceptibles d'aller dans les 2 villages de loisirs.

## Attractivité des 2 villages de loisirs

« Qu'est-ce qui ferait que vous ayez envie de séjourner dans l'un ET dans l'autre, c'est-à-dire dans les 2 villages de loisirs (à des intervalles de temps différents) ? Selon vous, que doivent proposer ces 2 villages de loisirs pour que vous ayez envie de les visiter tous les 2 ? » (Question ouverte)

	Panel ZC	Panel Idf	Panel Suisse	Prospect	Retention	retention multiparcs	Upsell
Activités différentes - jeux différents - loisirs différents	26%	22%	22%	33%	25%	26%	27%
Découvrir des environnements - des régions différentes	24%	23%	21%	21%	22%	24%	26%
Des prix intéressants, une offre attractive	18%	14%	14%	20%	15%	21%	14%
Des concepts différents	14%	13%	15%	10%	14%	11%	17%
Des concepts innovants, des nouveautés	7%	9%	7%	8%	9%	6%	7%
Toutes les activités que peuvent proposer ce type de parcs (piscines, etc.)	5%	5%	3%	3%	9%	7%	7%
Comparer les 2 villages, voir les curiosités	5%	5%	6%	3%	1%	7%	4%
Des activités pour enfants, pour la famille, des clubs enfants	4%	4%	5%	11%	25%	16%	9%
Hébergements différents, logements atypiques	4%	4%		7%	6%	8%	6%
Des animations différentes, nouvelles	3%	4%	3%	3%	5%	3%	5%
Bonne qualité d'hébergement, du confort	3%	5%	2%	4%	4%	6%	7%
Environnement naturel, espace nature, du dépaysement	3%	3%	4%	4%	11%	7%	4%
Une bonne qualité de service	2%	3%	2%	3%	4%	2%	2%
Pouvoir visiter les alentours, richesse culturelle, sites touristiques	2%	1%	1%	1%		3%	1%
Une qualité d'accueil	1%	1%	1%	1%		1%	1%
Une bonne qualité des infrastructures	1%	1%	0%	1%	1%	1%	
Une ambiance différente	1%	1%	1%	1%	1%	2%	0%
Un village pour chaque saison, des offres saisonnières	1%	1%	1%	3%	1%	1%	2%
Un grand nombre d'activités	1%	1%		1%			0%
Un système de fidélisation de la clientèle	1%	0%				1%	1%
Une bonne qualité de restauration	1%	2%	1%			1%	2%
De la tranquillité, de la sécurité, du calme	1%	2%		1%	1%	3%	2%

Spontanément, l'ensemble des individus iront visiter les 2 villages de loisirs (d'un prestataire qu'ils apprécient) si ceux-ci proposent des activités, des jeux, des loisirs différents, le tout dans des environnements différents. Les 2 villages de loisirs devront proposer des concepts innovants et différents, en proposant des prix et une offre attractive.