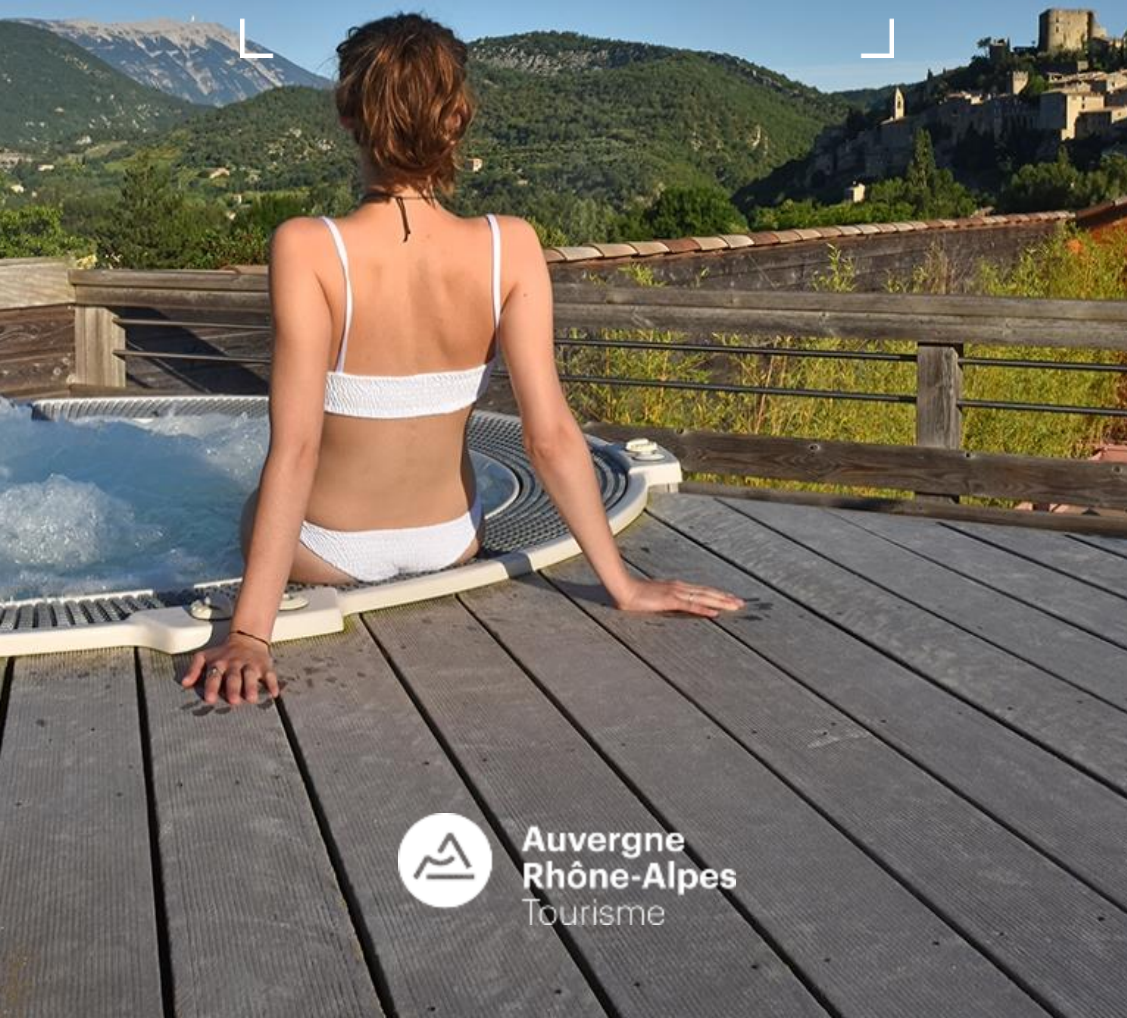


RENAÎTRE ICI



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Les Clientèles Touristiques de Bien-Être

SYNTHÈSE

UNE ÉTUDE POUR ACCOMPAGNER LES STATIONS
THERMALES DANS LEUR TRANSFORMATION

Échantillon représentatif de la population résidente

Ciblage des personnes ayant voyagé au cours des 24 derniers mois

et ayant l'intention de consommer un séjour « bien-être » en 2018

5 400 profils récoltés sur 7 marchés
France, Royaume-Uni, Allemagne, Belgique, Suisse, Pays-Bas, Russie

TAUX D'INCIDENCE
MOYEN DE **30%**

**1 PERSONNE DE LA
POPULATION
RÉSIDENTE CIBLE
SUR 3 A UNE
INTENTION DE
SÉJOUR BIEN-ÊTRE
EN 2018**



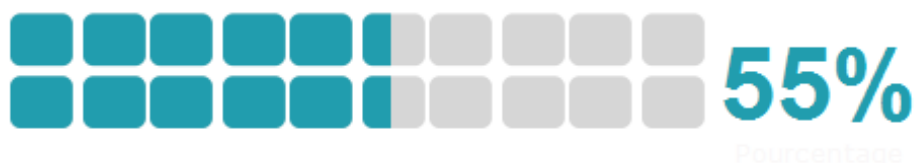
Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Personnes ayant l'intention de réaliser un séjour avec au moins 1 motivation « bien-être »

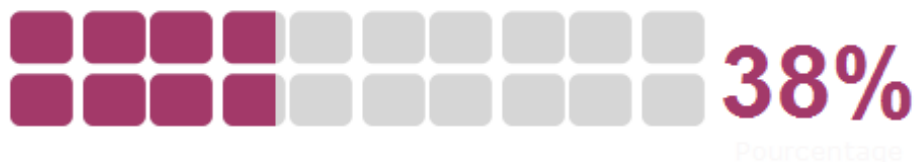
SPA/ressourcement (massages, soins, yoga...)



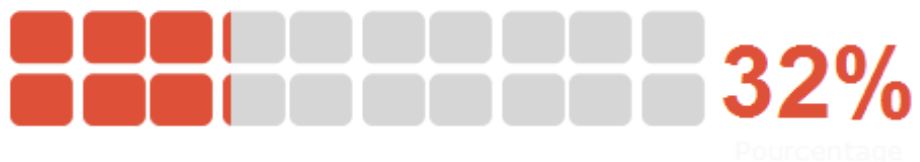
Bains thermaux



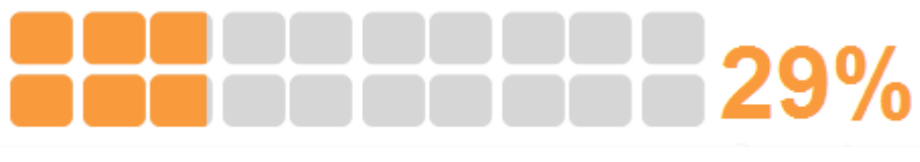
Prévention santé/épanouissement personnel (nutrition, détox...)



Préparation sportive (entraînement, récupération, soins spécifiques...)



Thalassothérapie



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



RENAÎTRE ICI

2 segments de clientèles touristiques de bien-être

**Bien-être =
motivation principale**



**Bien-être =
activité secondaire**



ADEPTES

séjour 100% bien-être

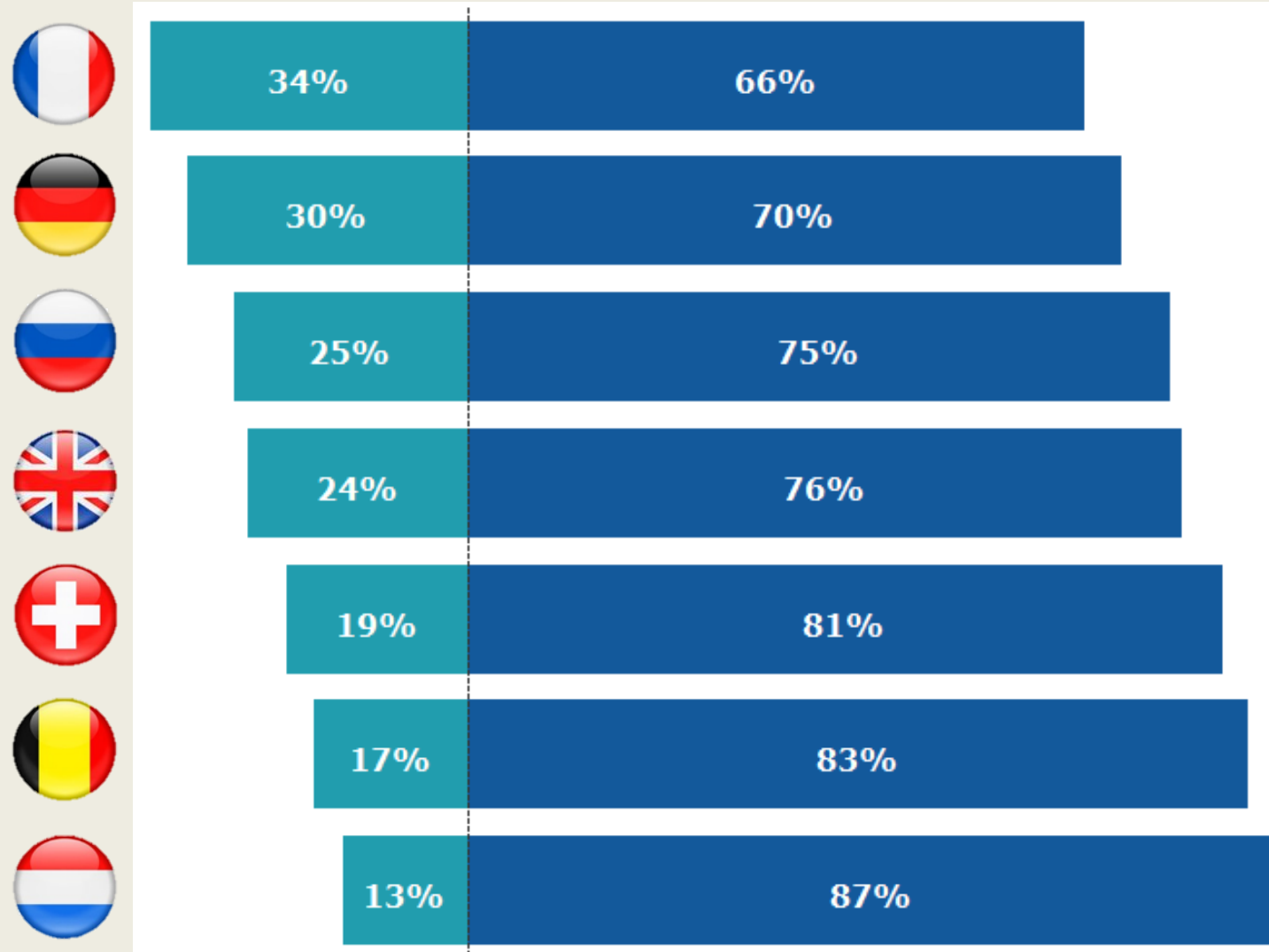


OPPORTUNISTES

voyage agrémenté de
moments bien-être



Répartition entre **ADEPTES** et **OPPORTUNISTES** selon les marchés



 24%

 76%

ADEPTES

séjour 100%
bien-être



Qui sont-ils ?



Capitales et
grandes villes



URBAIN

Villes moyennes

30 / 50 ans

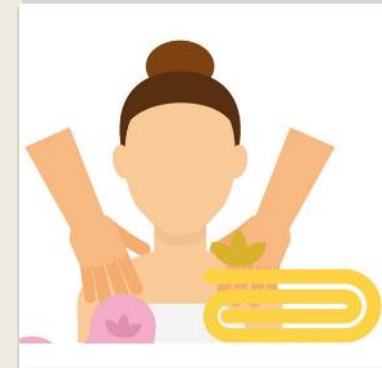


GENERATION X

30 / 60 ans

OPPORTUNISTES

voyage agrémenté
de moments bien-
être



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Sensibilités mieux-être

ADEPTES

séjour 100%
bien-être



1

Adeptes des **THERAPIES ALTERNATIVES
ET DOUCES**

2

Important de s'accorder des **MOMENTS
DE BIEN-ÊTRE ET DE DÉTENTE**

3

Essentiel de gérer son **CAPITAL SANTÉ**

2

OPPORTUNISTES

voyage agrémenté
de moments bien-
être



1

3

Consommation de soins bien-être chez eux ou en voyage



Entre 2 et
4 fois par
an **40%**

Plus de 4
fois par an **29%**

Jamais **6%**

Moins
souvent **15%**

1 fois par
an **21%**



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Séjour type

ADEPTES

séjour 100%
bien-être



3 à 5
jours



31%

En couple



55%

Printemps



49%

Printemps : couples en court séjour

Eté : familles en semaine et +

Hiver : WE

Plus d'une
semaine



37%

En couple



55%

Eté



47%

Eté : famille en long séjour

Printemps/ automne : couple en court séjour

Hiver : WE

OPPORTUNISTES

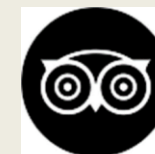
voyage agrémenté
de moments bien-
être



Renseignements



Sites des destinations « bien-être »



Sites d'avis (TripAdvisor...)



Sites d'avis (TripAdvisor...)



Sites des destinations « bien-être »



Réseaux sociaux (Facebook...)



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Réseaux sociaux (Facebook...)

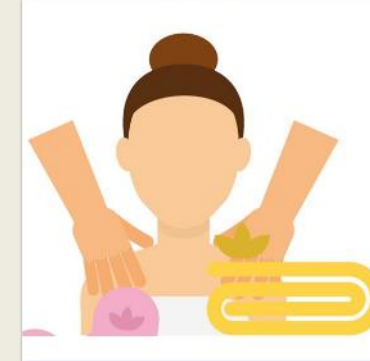
ADEPTES

séjour 100%
bien-être

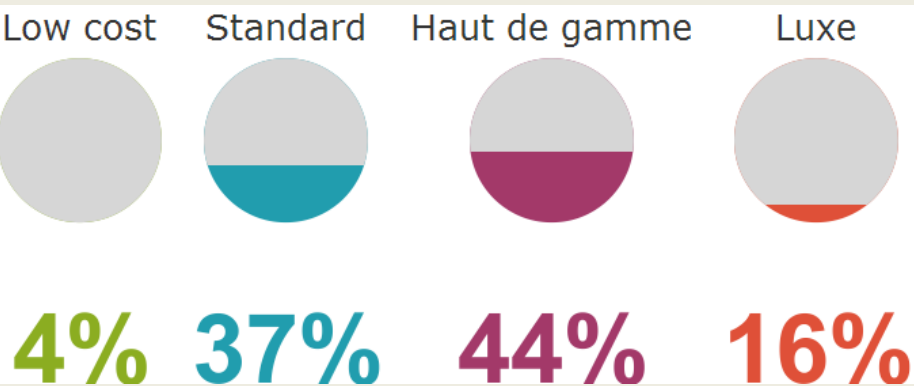


OPPORTUNISTES

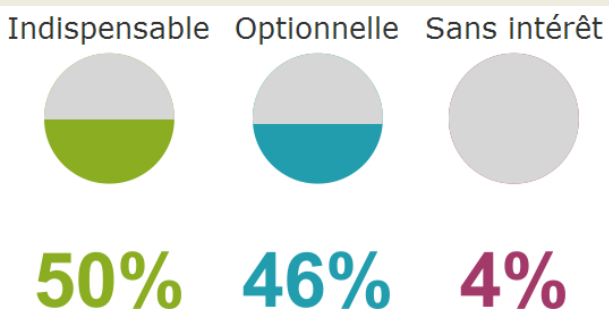
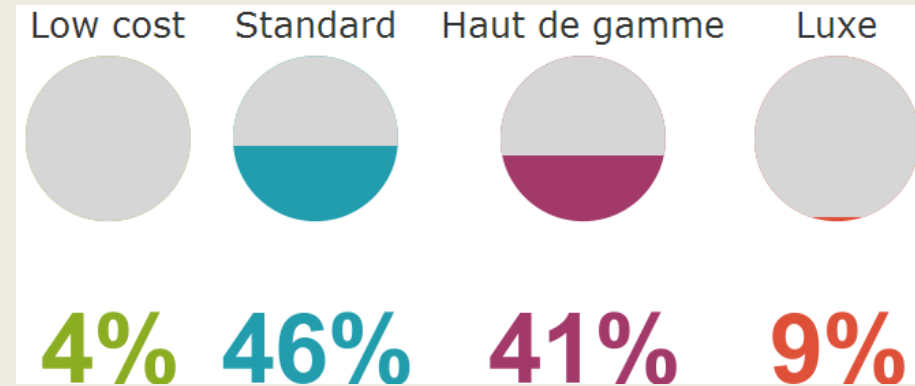
voyage agrémenté
de moments bien-être



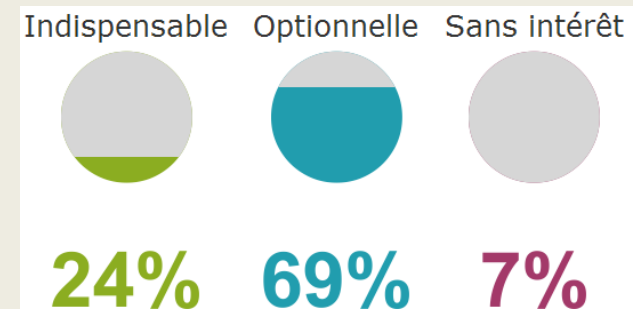
Hébergement



Niveau de confort



Spa dans l'hébergement



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

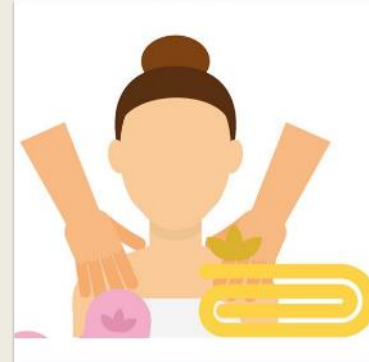
ADEPTES

séjour 100%
bien-être



OPPORTUNISTES

voyage agrémenté
de moments bien-
être



Le Spa idéal

Exclusivement SPA (pas d'aquagym...)

Intime / petite capacité

Privatisable

Sans enfants / calme

Traditionnel

Bassin extérieur

Paysage grandiose

Mixte Ludique

Oriental Luxe

Innovant (technologique)

Convivial / grande capacité

Choix de l'intervenant (homme ou femme)

Choix de l'intervenant (homme ou femme)

Convivial / grande capacité

Intime / petite capacité

Ludique Luxe

Sans enfants / calme

Bassin extérieur

Traditionnel

Paysage grandiose

Mixte Privatisable

Exclusivement SPA (pas d'aquagym...)

Oriental

Innovant (technologique)



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

ADEPTES
séjour 100%
bien-être

Le Spa idéal

OPPORTUNISTES
voyage agrémenté
de moments bien-
être



Améliorer sa diététique
Bénéficier de soins esthétiques
Se ressourcer
Se relaxer, se reposer
Régler un problème d'addiction
Prendre soin de son capital santé
Retrouver la forme
Entretien sa forme
Améliorer ses performances sportives
Perdre du poids

Améliorer sa diététique
Perdre du poids
Entretien sa forme
Prendre soin de son capital santé
Se relaxer, se reposer
Régler un problème d'addiction
Se ressourcer
Bénéficier de soins esthétiques
Retrouver la forme
Améliorer ses performances sportives

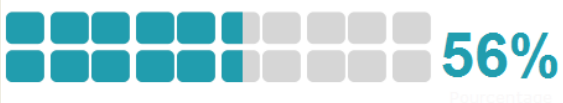


Les activités bien-être envisagées

SPA/ressourcement (massages, soins, yoga...)



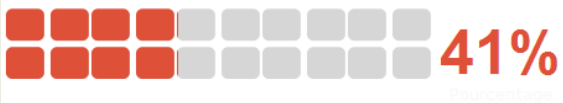
Bains thermaux



Prévention santé/épanouissement personnel (nutrition, détox...)



Préparation sportive (entraînement, récupération, soins spécifiques...)



Thalassothérapie



SPA/ressourcement (massages, soins, yoga...)



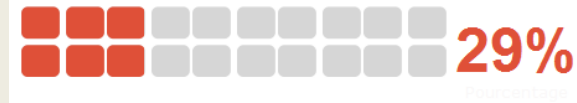
Bains thermaux



Prévention santé/épanouissement personnel (nutrition, détox...)



Préparation sportive (entraînement, récupération, soins spécifiques...)



Thalassothérapie



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Plus-value des stations thermales pour attirer les clientèles bien-être ?

RENAÎTRE ICI

**6 clients bien-être sur 10 connaissent
LES VERTUS THÉRAPEUTIQUES
des eaux de sources thermales**

ADEPTES
séjour 100%
bien-être



 **69%**

OPPORTUNISTES
voyage agrémenté
de moments bien-
être



 **56%**



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

LES ATOUTS DES STATIONS THERMALES

perçus par les clientèles de tourisme de bien-être

1 Vertus des eaux thermales

2 Expertise de prestations adaptées

3 Encadrement médicalisé

4 Qualité du cadre de vie

ADEPTES

séjour 100%
bien-être



OPPORTUNISTES

voyage agrémenté
de moments bien-
être



1 Vertus des eaux thermales

2 Expertise de prestations adaptées

3 Encadrement médicalisé

3 Marque cosmétique associée

3 Présence d'un casino

1 Vertus des eaux thermales

2 Expertise de prestations adaptées

2 Encadrement médicalisé

3 Qualité du cadre de vie

LES FREINS DES STATIONS THERMALES

perçus par les clientèles de tourisme de bien-être

- 1 Prix**
- 2 Vétusté hébergements / équipements**
- 3 Destination réservée aux malades**
- 4 Accessibilité difficile en train / avion**

ADEPTES

séjour 100%
bien-être



OPPORTUNISTES

voyage agrémenté
de moments bien-
être



- 1 Prix**
- 2 Vétusté hébergements / équipements**
- 2 Partage des centres de soins bien-être avec les curistes**
- 3 Ambiance désuète**
- 3 Accessibilité difficile en train / avion
- 3 Destination réservée aux malades

- 1 Prix**
- 2 Vétusté hébergements / équipements**
- 3 Destination réservée aux malades**
- 4 Inadapté aux familles**
- 4 Accessibilité difficile en train / avion
- 4 Destination réservée aux seniors**

RENAÎTRE ICI

Prospects Bien-être thermal

 **25%**

des clientèles bien-être envisagent de réaliser leur prochain séjour bien-être dans une station thermale

RENAÎTRE ICI

2 segments de prospects bien-être thermal


Bien-être = motivation principale du séjour
Les **ADEPTES** recherchent un séjour 100%
bien-être

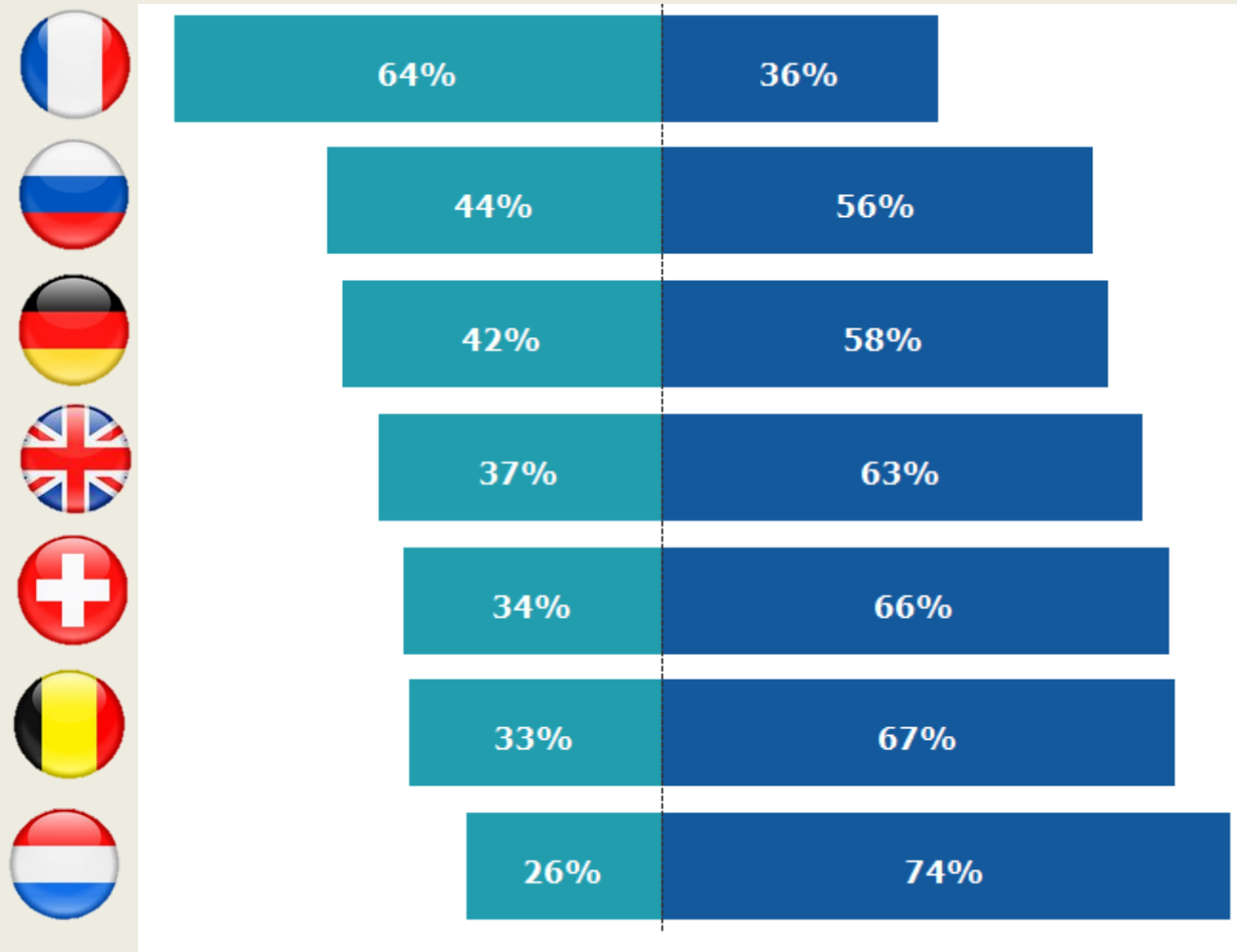


Bien-être = motif secondaire
Pour les **OPPORTUNISTES**, le voyage est
simplement agrémenté de moments et
expériences bien-être



Répartition entre **ADEPTES** et **OPPORTUNISTES**

 **58%**



 **42%**

Retrouvez prochainement l'ensemble des
résultats de cette étude
dans un **Carnet de l'Ingénierie** spécialement
dédié au Tourisme de Bien-Être



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

SUIVEZ ET RETROUVEZ LES TENDANCES TOURISME ET BIEN-ÊTRE

<http://veille.auvergnerhonealpes-tourisme.com>



ACCUEIL

De l'offre aux attentes clients, le secteur du tourisme ne cesse d'évoluer. Les professionnels du tourisme doivent rester attentifs : ces changements préfigurent souvent de nécessaires adaptations pour l'avenir de leurs métiers.

Cette veille nécessite des outils pour appréhender l'essentiel, et ViTE !

ViTE ! –*Veille sur l'Innovation dans le Tourisme et l'Économie*– est la revue du web réalisée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pour l'information de ses partenaires et réseaux d'acteurs.

La sélection d'articles proposée se concentre sur la mise en évidence de tendances, d'évolutions et surtout d'innovations qui peuvent contribuer à mettre à la pointe acteurs, offres et territoires.

Restez au contact du changement, saisissez l'air du temps !

