



Sports d'hiver 2022 :

19% des Français envisagent de partir à la montagne malgré un contexte économique instable

- 81% des personnes qui envisagent de partir ambitionnent de modifier leurs habitudes de consommation pour faire face à hausse des prix
- 30% des personnes ayant déclaré se rendre au sport d'hiver privilégieront la période des Fêtes de Noël

À Paris, le 7 novembre 2022. À l'approche de la saison de ski, Ginkoia, filiale du groupe DL Software et éditeur de logiciels pour le commerce de sport, publie les résultats de son baromètre annuel dédié aux Français et aux sports d'hiver. Par cette étude, l'éditeur entend offrir un éclairage aux professionnels du secteur sur les prévisions d'affluence et les pratiques en matière de consommation. Cette année encore, les Français semblent vouloir plébisciter les vacances à la montagne malgré une situation économique peu favorable.

Les sports d'hiver : une destination toujours plébiscitée par les Français en 2022

Alors que les stations de ski préparent la saison hivernale, les sports d'hiver restent un événement incontournable pour les Français. Pour preuve, 19% des personnes interrogées déclarent avoir l'intention de partir cette année et **6% d'entre elles affirment avoir déjà effectué une réservation.**

En outre, seulement **10 % des répondants envisagent de partir en dernière minute** contre 14% en 2021. Ces résultats démontrent une incapacité des Français à se projeter sur des périodes plus longues.

Par ailleurs, le baromètre révèle que pour **la première fois, les vacances de Noël seront une période particulièrement privilégiée pour les amateurs de ski et les familles.** En effet, 30% des personnes ayant déclaré se rendre au sport d'hiver ont l'intention de partir à ce moment de l'année, soit une progression de 9 points par rapport à l'étude 2021. Malgré un recul des intentions à la date du sondage par rapport à l'année dernière, les vacances d'hiver restent une période privilégiée pour les amateurs de glisse. On note, par ailleurs, que **les stations de ski en haute altitude seront davantage plébiscitées**

cette année (+2 points) et que les stations basses altitudes perdent de l'intérêt auprès des répondants (-9 points).

Pouvoir d'achat au cœur des préoccupations des vacanciers

Alors que le pouvoir d'achat représente un enjeu majeur pour les foyers français, l'étude révèle que **81% des personnes qui envisagent de partir ambitionnent de modifier leurs habitudes de consommation pour faire face à hausse des prix**. Les jeunes et les catégories socioprofessionnelles populaires seront particulièrement concernées par cette baisse du pouvoir d'achat. Pour faire face à ces nouvelles contraintes budgétaires, **29% de ces répondants vont davantage comparer les prix et 28 % seront attentifs au respect de leur budget initial**.

Ces restrictions ne seront pas sans conséquence pour le secteur de la restauration et des loisirs, qui pourraient être directement impactés.

En effet, même si le ski de piste remporte encore l'adhésion de la plupart des vacanciers, on constate que les balades en raquettes (65%) et la luge (62%) seront des sports particulièrement appréciés. En outre, **55% des répondants ambitionnent même de s'essayer aux sports outdoors car moins coûteux et plus accessibles**. Pour répondre à ces nouvelles attentes, les professionnels du secteur devront ainsi être attentifs et adapter leurs offres, notamment auprès des jeunes.

L'expérience magasin : une priorité pour les vacanciers

Dans un contexte d'inflation, **le prix de la location du matériel ainsi que la proximité du magasin représentent des critères majeurs** dans le choix du magasin de location. Par ailleurs, l'étude révèle que 11% des répondants ont l'intention de rester fidèle au magasin qu'ils ont pour l'habitude de solliciter. **Avec une tendance baissière à confirmer des réservations en ligne, les clients ont également à cœur de vouloir bénéficier d'une expérience magasin** à valeur ajoutée et de bénéficier des conseils que peuvent prodiguer les professionnels du secteur. La dimension humaine constitue en effet un des ressorts principaux de l'expérience client au sein même des magasins.

“Comme chaque année à l'approche du début de la saison d'hiver, nous avons souhaité apporter un éclairage à notre écosystème à l'approche de la saison de ski en cherchant à analyser les prévisions des Français. Notamment ceux ayant prévu de partir au ski ainsi que leurs attentes en matière de consommation sur place. Et c'est encore une excellente nouvelle pour le secteur de la montagne, puisque comme l'année passée, les sports d'hiver restent pour les Français un évènement incontournable : 19% déclarant avoir l'intention de partir cette année alors que le pouvoir d'achat représente un enjeu majeur pour les vacanciers”, déclare Thierry Briet – Directeur Général Ginkoia.



Les Français & la prochaine saison de ski

3^e vague du baromètre

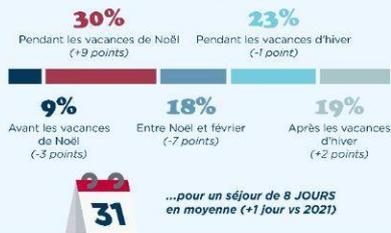
Ginkoia, filiale du groupe DL Software et éditeur de logiciels pour le commerce de sport, a souhaité apporter un éclairage à son écosystème à l'approche de la saison de ski en cherchant à analyser les prévisions des Français, notamment ceux ayant prévu de partir au ski, concernant un éventuel séjour au ski et leurs attentes en matière de consommation sur place.



1 Français sur 5

prévoit de partir en vacances à la montagne cet hiver (19%, -1 point vs 2021)

Les départs à la montagne auront davantage lieu lors des vacances de Noël :



...pour un séjour de 8 JOURS en moyenne (+1 jour vs 2021)

Les vacanciers choisiront les **domaines skiables français à haute altitude** pour avoir une garantie d'avoir de la neige pendant leur séjour...

...même si une petite part d'entre eux n'a **pas de préférence** en matière de station de ski.



Le ski de piste reste la préférence des Français

75% (+5 points)



Mais d'autres activités sont prévues :



81%

des vacanciers vont modifier leurs habitudes pour faire face à la hausse des prix



Ils envisagent :



82% des vacanciers loueront du matériel de sport :

Les principaux critères pour choisir un magasin de location :



Source: OpinionWay, pour Ginkoia Media en ligne du 12 au 14 octobre 2022 auprès d'un échantillon de 1073 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Synthèse de la méthode des quotas au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de fréquence d'usage du ski et de région d'habitation. Les données sont présentées sous forme de pourcentage de la population totale. Les données sont basées sur les intentions de la population française.

Méthodologie : sondage Opinion Way pour Ginkoia réalisé par questionnaire auto-administré en ligne du 12 au 14 octobre 2022 auprès d'un échantillon de 1972 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon les méthodes des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. À noter qu'au sein de cet échantillon, a été isolé un échantillon de 366 personnes ayant l'intention de partir en vacances à la montagne cet hiver.

* * *

A propos de Ginkoia

Éditeur leader au sein de la distribution d'articles de sport en France dont le commerce de location de skis en montagne, Ginkoia est un logiciel de gestion de magasins et logiciel de caisse. Ses solutions sont adaptées aux besoins d'une enseigne, d'un contexte multi-magasins et du magasin indépendant. Ginkoia équipe 1700 magasins de sport en France et compte plus de 10000 utilisateurs. Filiale du groupe DL Software, Ginkoia est un interlocuteur unique pour le magasin en proposant une gamme de services modulaires offrant le choix d'être accompagné en fonction des besoins et des budgets d'investissements.

Ils font confiance à Ginkoia : Groupe Intersport, Groupe Sport 2000, Go Sport, Courir, Skimium, Skiset, Netski, Chullanka, Mondovélo, Veloland, Ekosport, etc.

Pour en savoir plus : <https://www.ginkoia.fr/>