

# EVALUATION DU COMPORTEMENT DES VISITEURS DES STATIONS DE SPORT D'HIVER POUR UNE GESTION PLUS EFFECTIVE (CAS DE PELION)

OLGA CHRISTOPOULOU (\*) – ANASTASSIOS PAPASTAVROU (\*\*)

Le but de cette recherche est d'évaluer les tendances et les préférences des visiteurs – skieurs et non skieurs – et de trouver les facteurs qui influencent la demande touristique hivernale en cette station – là. Tout cela pour qu'on prenne des mesures qui conduiront à l'augmentation de la demande et au renforcement du rôle de la station de ski au développement de la région. L'analyse des préférences des visiteurs (par le biais des questionnaires) a été utilisée par assez de chercheurs pour la meilleure gestion des lieux de récréation, comme Brown et al (1976). Warren (1980), Roggenbuck and Lukas (1987) et Christopoulou (1991).

La station de ski à Pélion est une station de niveau régional qui est représentative des stations de ski en Grèce (seulement trois stations de ski en Grèce sont de niveau national. Les autres 17 sont de niveau régional au local).

## MÉTHODOLOGIE

La méthodologie qu'on a appliqué pour cette recherche comporte trois étapes:

a) Le sondage d'opinion (Daoutopoulos, 1989, Christopoulou, 1991).

b) Les modèles linéaires.

c) L'analyse économique.

Le gallup a été réalisé selon la méthode d'interview pour qu'on puisse évaluer les préférences et les caractéristiques des visiteurs et des skieurs de cette station de ski. La grandeur d'échantillon a été calculée selon la formule (1). (Wonnacott and Wonnacott, 1984 et Karameris, 1987).

$Z^2$

$n =$

$p(1-p) (1)$

$a^2$

$n =$  la grandeur d'échantillon

$p =$  le pourcentage des skieurs

$a =$  erreur de la moyenne

$z = 1,96$  pour probabilité 95%

D'après la formule (1) et quand les pourcentages des skieurs

## ABSTRACT

Pelion is a representative greek ski-resort, which covers the visitor's needs at regional level. So, it has been attempted to will be analysed the visitor's preferences, the reasons for not frequent visits and the ski-center's role at the ski-area's development. If the last one positive, the analysis of visitor's preferences will contribute considerably to the most effective and attractive management of the ski-center for the region's touristic development with all the results as economic and social development.

## RÉSUMÉ

La station de ski à Pélion est une station représentative grèque, qui satisfait les besoins des visiteurs au niveau régional. Ainsi, on y a distribué 400 questionnaires aux visiteurs de cette station de ski pour analyser leurs préférences, leurs besoins et les raisons pour lesquelles ne visitent pas plus souvent cette station de ski. Encore, on a appliqué une analyse économique de la station de ski pour constater si sa fonction apporte du profit ou non à la région autour d'elle. S'il y a des profits, la meilleure gestion de la station de ski, basée sur l'analyse du comportement de ses visiteurs conduira au développement économique et social de la région.

et non-skieurs (simplement visiteurs) sont egaux (50%) la grandeur d'échantillon est:

$1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50$

$n =$

$= 384 \approx 400$

$0,05^2$

On a choisi cette méthode parce qu'il n'y a avait pas un cadre d'échantillonnage ou la population aurait été enregistrée. Alors, selon la méthode ci-dessus, on a distribué des questionnaires aux 400 visiteurs de la station de ski de Pélion.

Les données des questionnaires ont été analysées avec le packet statistique SPSS convenable pour des recherches sociologiques.

Ensuite, on a construit deux modèles linéaires avec la

méthode de régression linéaire, pour estimer les facteurs qui influencent a) la fréquence des visites à la station de ski et b) la durée de séjour des visiteurs à cette station. En plus, on a appliqué la méthode d'analyse coût-profit pour calculer la somme totale dont profite la région par la fonction de la station de ski.

## RÉSULTATS - DISCUSSION

Presque quatre sur cinq des personnes qui ont été interrogées à Pélion, n'y viennent pas pour la première fois, mais elles visitent Pélion presque 10 fois pendant l'hiver (2 fois par mois).

Les week-ends sont les jours préférés par la plupart des visiteurs (74,3%). Le temps de séjour à la station de ski est 5 heures et le moyen de transport qu'on utilise le plus souvent est l'auto (84,4%). La plupart des personnes interrogées (59,5%) viennent de la zone la plus proche à la station, celle de moins de 100 kilomètres, tandis qu'assez de visiteurs (29%) sont des habitants de la capitale (Athènes) qui se trouve 350 km loin de la station et ainsi (chargent) la zone de plus de 301 km (**figure 1**).

Les raisons pour lesquelles les visiteurs viennent à Pélion (selon le **tableau 1**), sont surtout le ski, puisque la station de ski est le lieu unique pour sa pratique, le désir de jouir la nature – puisque la plupart des visiteurs habitent aux grandes villes en se privant de la nature – et l'opportunité du jeu par rapport à la neige.

La gestion de chaque lieu de récréation a pour but l'augmentation de sa demande. Un bon outil pour cela est la connaissance des facteurs qui empêchent les visites les plus fréquentes.

Quant à cette station de ski, seulement 4% des personnes interrogées ne veulent y venir plus souvent. Le reste 96% limi-

(\*) Maître de conférence, Dep. de l'Aménagement de Territoire et du développement Régional. Université de Thessalie, Pention Areos, 38334 Volos, Grece.

(\*\*) Professeur de la politique forestière a l'Université Aristotle de Thessalonique, Faculté des sciences de la Terre, Département de Sylviculture, Laboratoire de Politique Forestière, 54006 Thessalonique, Grece.

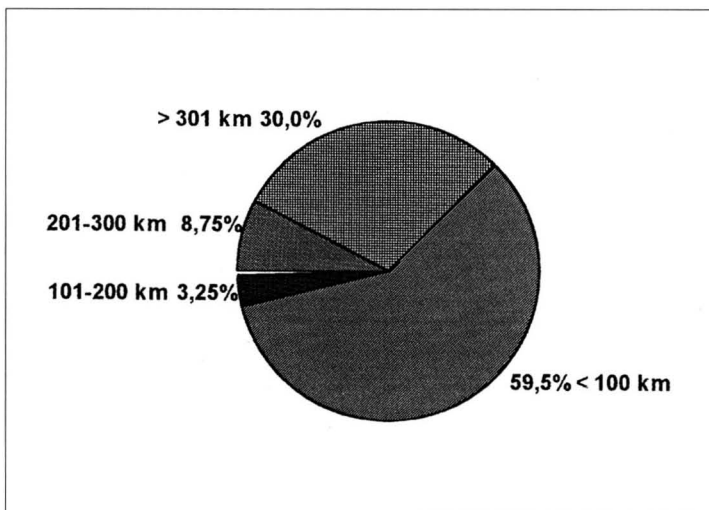


Figure 1 - Distribution des visiteurs selon les zones de distance entre le lieu de résidence et la station de ski.

te ses visites pour des raisons diverses mentionnées au **tableau 2**.

Le manque de temps selon le **tableau 2**, est la raison la plus importante qui empêche aux visiteurs de venir plus souvent à Pélion. Le travail, les soucis quotidiens de la famille et les cours pour les élèves et les étudiants, «absorbent» la plupart du temps disponible ainsi que l'excursion à la montagne ou le tourisme montagnoux-hivernal soit une activité d'occasion, parmi tant d'autres activités.

La manque de neige est une raison assez importante étant donné que l'année du gallup (1988) a été très sèche.

Le coût moyen pour chaque visiteur (5.734 drachmes) est assez élevé et limite le nombre des visites.

L'organisation est un problème important et se focalise surtout: a) à la manque de plusieurs «téléskis», b) à la manque de logements et c) au blocage fréquent de la route à cause de la neige. Les personnes qui passent leur nuit à la région autour de la station, constituent 39% de la totalité et la plupart d'eux y restent deux jours. Les lieux les plus préférés pour passer la nuit sont les villages des Pélion (Hania, Portaria, Macrynitsa) (67,3% des cas), Volos, la capitale de la préfecture à 27 km de la station (17,9%), et le refuge à la station de ski (14,7%).

Le coût moyen pour chaque simple visiteur (non skieur) est 2.274 dr. (1 FF= 48 dr) mais pour les touristes (ceux qui ne rentrent pas le jour – même chez-eux) monte aux 11.000 dr. c'est à dire le coût se quintuple.

C'est pourquoi les personnes qui réalisent en quelque sorte des vacances hivernales et restent 4-8 jours à la région autour de la station de ski, appartiennent surtout (73%), à la haute classe de revenu et le 53% d'eux sont skieurs.

La plupart des personnes qui sont interrogées ne viennent pas seulement à cette station de ski, mais ils en visitent d'autres. Les raisons pour lesquelles une station de ski «gagne» la préférence des visiteurs (comme Parnassos) sont selon les réponses la qualité des installations, la proximité de la station de ski au lieu de résidence des visiteurs et la quantité de la neige.

Ceux qui préfèrent la station de ski de Pélion habitent surtout à Volos (58,0%) – la ville la plus proche – à Larissa (29,0%) et à Thessalonique (6,0%). Ces personnes préfèrent Pélion à cause de sa proximité au lieu de résidence (50,0%) et parce qu'il dispose un paysage d'une beauté exceptionnelle (24%).

La plupart des visiteurs sont des hommes (58,0%) et le 73% de la totalité des personnes interrogées ont 10-30 ans (**figure 2**).

Le 58,5% des personnes qui ont constitué d'échantillon prati-

**Tableau 1 Raisons de visite à la station de ski de Pélion.**

Raisons	%
Ski	56,9
Promenade dans la montagne	10,6
Jeu	21,2
Jouissance de la nature	38,8
Autres raisons	9,6

**Tableau 2 Raisons limitatives du nombre des visites à la station de ski de Pélion.**

Raisons	%
Organisation pas satisfaisante	18,7
Manque d'auto	10,4
Manque de temps	47,8
Raisons économiques	19,2
Raisons familiales	5,6
Raisons de santé	0,8
Raisons de distance	19,0
Mauvaise situation de la rue	6,3
Peu de neige	26,1
Manque de désir	4,1
Autres raisons	7,6

quent le ski. La plupart d'eux, parce qu'elles aiment ce sport (77,3%), d'autres parce qu'avec le ski elles exercent leur corps (48,1%) et d'autres pour qu'elles se trouvent près de la nature (31,3%).

Les non-skieurs vont à la station de ski presque 5 fois pendant l'hiver, tandis que les skieurs y vont 13 fois. Le test  $\chi^2$  a montré l'existence de corrélation entre le nombre des visites et la pratique du ski ( $\chi^2 = 69,22$ ,  $a < 0,001$ ).

La plupart des skieurs (69%) habitent dans la zone la plus proche à la station de ski (< 100 km), comme on cite à la **figure 3**.

En examinant les raisons pour lesquelles le 42% des personnes interrogées ne pratiquent pas le ski (**tableau 3**) on envisage encore le facteur «temps» et des raisons économiques qui sont assez limitatives.

On a trouvé que la pratique du ski se met en rapport avec la visite d'autres stations de ski ( $\chi^2 = 20,66$ ,  $a < 0,001$ ). Le skieur

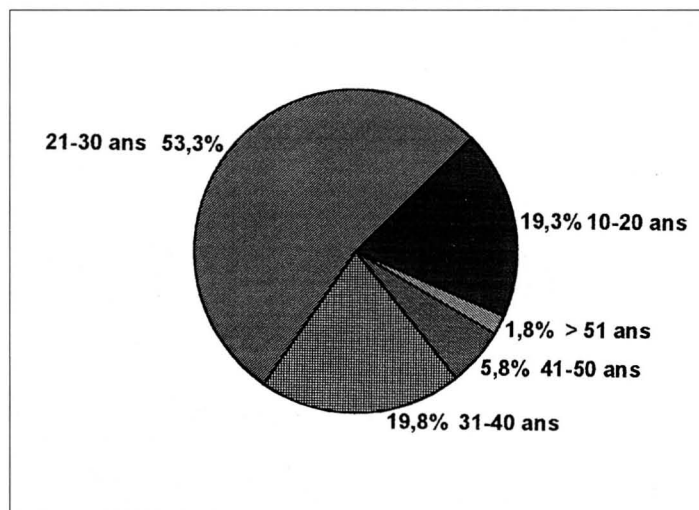


Figure 2 - Classes d'âge des visiteurs de la station de ski de Pélion.

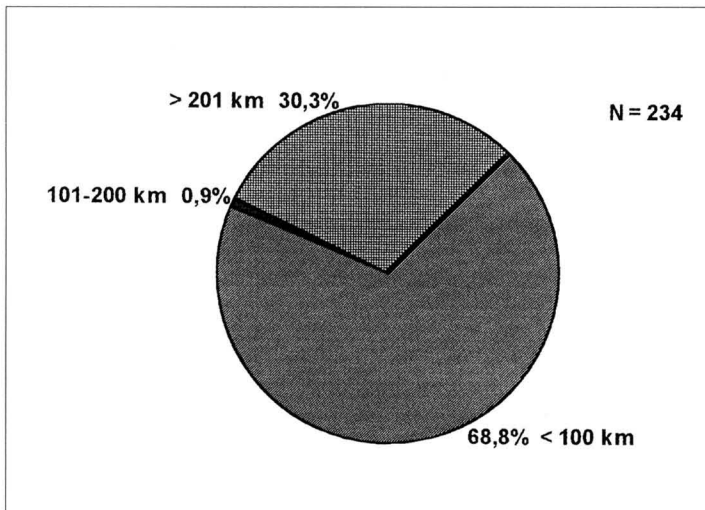


Figure 3 - Distribution des skieurs selon les zones de distance entre le lieu de résidence et la station de ski.

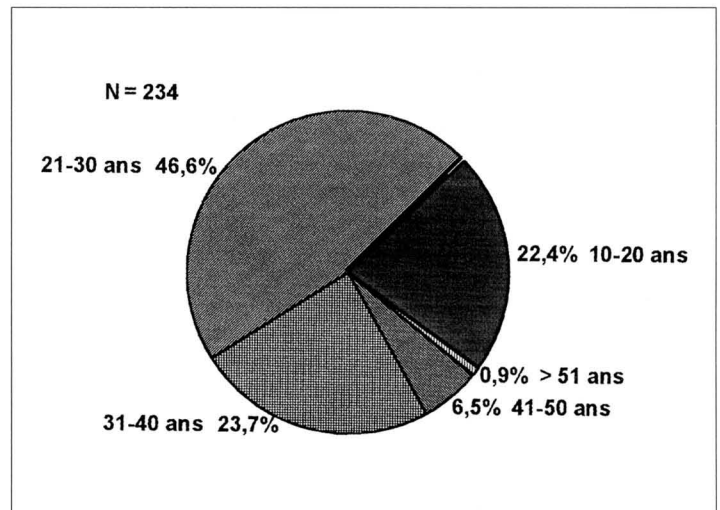


Figure 4 - Classes d'âge des skieurs.

**Tableau 3 Raisons de refus de ski.**

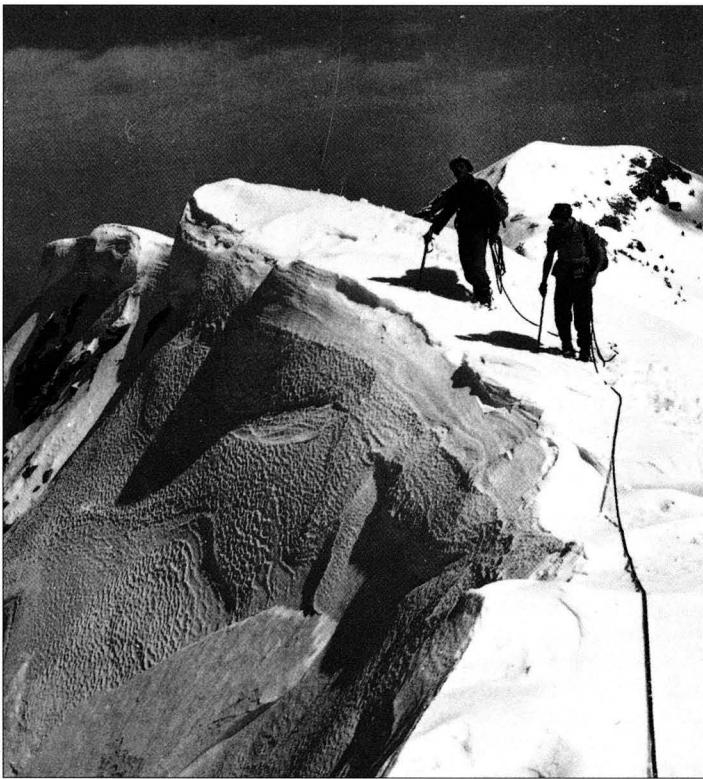
Raisons	%
Je me l'aime pas	8,7
Je le trouve dangereux	22,4
Il convient à d'autres classes sociales	1,9
Raisons économiques	24,8
Raisons familiales	2,5
Je n'ai pas de temps	39,1
Autres raisons	16,1

qui s'occupe souvent de ce sport-là visite d'autres stations de ski pour comparer et choisir celle qui répond à ses exigences. Et puis la pratique du ski, est en rapport avec le choix d'une station de ski à cause de ses meilleures installations ( $x^2 = 14,70$ ,  $a < 0,001$ ), de sa proximité à la résidence des skieurs ( $x^2 = 10,25$ ,  $a < 0,001$ ) et à cause de la plus grande quantité de neige qu'elle dispose ( $x^2 = 6,29$ ,  $a < 0,001$ ).

Une raison importante pour le refus de ski (**tableau 3**) c'est qu'on le considère comme sport dangereux. La réponse «autres raisons» se rapporte aux raisons «le cas ne s'est pas présenté», «Je ne sais pas skier». C'est à dire que le refus du ski n'est pas du à une raison concrète mais à une raison qui est susceptible d'amélioration ou de suppression.

La pratique du ski se met en rapport avec l'âge des skieurs ( $x^2$





= 14,58,  $\alpha < 0,001$ ) (**figure 4**). Le ski est un sport qui exige force, résistance et santé parfaite qui caractérisent surtout les jeunes.

Quant aux autres caractéristiques démographiques et sociologiques des skieurs, on trouve que la pratique du ski est indépendante du revenu, de la profession et de l'éducation des skieurs. C'est à dire toutes les classes socioéconomiques participent à la pratique du ski.

L'utilisation des variables diverses et la construction des divers modèles linéaires ont conduit au modèle ci-dessous.

$$V_8 = 64,36 - 21,25 V_{85} + 6,33 V_{31} - 18,31 V_{86} - 4,75 V_{12} - 0,005 V_{10}$$

(10,34) (5,5) (1,54) (4,56) (1,74) (0,02)

$${}^1R^2 = 0,30 \text{ E.T.} = 10,90 \text{ D.W.} = 1,81 \text{ (}^1\text{)}$$

$V_8$  = la variable qui exprime la fréquence des visites à la station de ski.

$V_{31}$  = la variable qui exprime la pratique (ou non) de ski.

$V_{10}$  = la variable qui exprime la distance (km) entre la station de ski et le lieu de résidence.

$V_{12}$  = la variable qui exprime l'organisation qui n'est pas satisfaisante.

$V_{85} = \lg_{10}(V_{11})$ . ( $V_{11}$  = la variable qui exprime la durée de voyage jusqu'à la station de ski).

$V_{86} = \lg_{10}(V_{58})$ . ( $V_{58}$  = la variable qui exprime l'âge des visiteurs).

Le deuxième modèle désigne les facteurs qui influencent la durée de séjour à la station de ski.

$$V_{24} = 6,003 + 1,66 V_{31} + 3,66 V_{89} + 0,39 V_{88}$$

(1,02) (0,23) (1,04) (0,17)

$$R^2 = 0,21 \text{ E.T.} = 1,60 \text{ D.W.} = 1,67$$

$V_{24}$  = la variable qui exprime la durée de séjour (en heures) à la station de ski).

$V_{89} = \sqrt{V_{64}}$ . ( $V_{64}$  = la variable qui exprime le revenu mensuel).

$V_{31}$  = la variable qui exprime la pratique (ou non) de ski.

$V_{88} = \ln(V_{48})$ . ( $V_{48}$  = la variable qui exprime le coût de visite par personne).

Le test économétrique des modèles ci-dessus a montré que:

a) Les singles sont d'accord avec la théorie de l'économetrie.

b) Les prix des  $R^2$  sont acceptables pour des recherches sociologiques (Walsh and Davitt, 1983, McClaskie et al., 1986, Uysal et al, 1988 and Christopoulou, 1991).

c) Les écarts types de la variable dépendante, de la constante et des variables indépendantes, sont petits.

d) Le test Durbin - Watson a montré qu'il n'y a pas d'auto-correlation entre les erreurs des modèles.

Selon la méthode d'analyse économique qui c'est appliquée aux éléments de l'office administratif de la station de ski et aux réponses des questionnaires, on a calculé que le montant dont profit la région est 88.833.710 drachmes par an (pour les années 1983-88). Ce montant est assez important pour la région et il peut encore s'élever avec l'augmentation de la demande touristique.

## PROPOSITIONS

Pour l'augmentation de la demande à la station de ski à Pélion qui va contribuer au développement régional on propose les suivants:

1) L'installation d'autres ski-lifts et l'amélioration des services à la station.

2) La construction de logements qui pourront recouvrir la demande.

3) L'encouragement des initiatives pour l'arrangement des excursions à Pélion, par des agences de voyages.

4) La publicité par les mass-media des beautés de la montagne Pélion.

5) Le fournissement des offres spéciales pour des vacances hivernales à la station de ski. Cette offre peut comprendre les frais de séjour, d'utilisation des téléskis et de cours de ski.

6) Encouragement du tourisme rural aux villages près de la station de ski.

7) Création d'un Comité de Tourisme Régional qui s'occupera des problèmes du développement touristique de la région et qui aura comme oeuvre principale la publicité et l'attraction des touristes l'enregistrement des manques, la solution des problèmes qui concernent l'environnement etc. ●

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Brown P.J., B.L. Driver and R.J. Burdge (1981) - Social groups and the meanings of outdoor recreation activities. Journal of Leisure Research. Third quarter pp. 254-266.

Daoutopoulos ???A. (1989) - Méthodologie des recherches sociologiques rurales, Thessalonique.

Mc Claskie S.L., T.L. Napier and J.E. Christensen (1986) - Factors influencing outdoor recreation participation: a state study. Journal of Leisure Research. Vol. 18, No 3, pp. 190-205.

Karameris A. (1987) - Considération de politique forestière de la demande de l'arbre de Noël. Annales Forestiers. No 6 Nov.-Dec.

Roggenbuch L.W. and R.C. Lukas (1987) - Wilderness Use and user characteristics: A state -of- knowledge review. pp. 204-245 in R.C. Lukas (ed.). National Wilderness Research Conference: Issues State -of- knowledge, Future Directions Proceedings Odgen V.T., USDA.

Uysal M., C.D. Mc Donald and J.T. O'Leary (1988) - Length of stay: A macro-analysis of cross-country skiing trips. Journal of Travel Research, Winter, pp. 23-29.

Walsh R.G. and G.J. Davitt (1983) - A Demand Function for Length of Stay on Ski Trips to Aspen. Journal of Travel Research. Spring pp. 23-29.

Warren G.A. (1980) - Activities, Attitudes and Management Preferences of Recreationists on the Arctic National Wildlife Range, Alaska. In Proceedings of National Outdoor Recreation Trends Symposium, Vol. II, pp. 278-286, USDA.

Wonnacott I. and R. Wonnacott (1984) - Introductory Statistics for Business and Economics. Third edition John Wiley and Sons Inc.

Christopoulou O. (1991) - Evaluation de la demande aux stations de ski en Grèce et contribution de leur fonction au développement de la région. Thèse de doctorat pp. 223. Thessalonique.

(<sup>1</sup>) Les numeros entre parentheses representent les ecarts types des coefficients des variables independantes. E.T. = l'ecart type d ela variable dependante. D.W. = le test Durbin - Watson.