



*Quels leviers pour améliorer l'expérience  
touristique dans la grande région ?*

## ÉTUDE SUR LA SATISFACTION DES FRANÇAIS EN VACANCES EN NOUVELLE-AQUITAINE



# ÉDITO



## Des données partagées pour améliorer l'expérience des touristes dans la région Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes

**N**otre nouvelle région vient de voir le jour et sa promotion va constituer, pour tous, un enjeu important dans les mois à venir. Alors que ce grand territoire touristique fait ses premiers pas, il est nécessaire de mieux comprendre comment ses visiteurs le découvrent, le perçoivent, comment ils s'y attachent et quelle expérience de séjour ils en retiennent.

Sollicité en 2016 par TNS SOFRES pour une souscription régionale à une enquête nationale, le CRTA a anticipé ce besoin et profité de l'occasion pour demander à ce que les résultats de l'étude, menée sur un échantillon national de voyageurs en juillet et août 2015, soient produits à l'échelle de la future grande région.

Alors que plus de 88% des nuitées réalisées sur notre territoire sont le fait de résidents Français<sup>1</sup>, il s'agissait de disposer de données partagées pour œuvrer, ensemble, à l'amélioration de l'expérience touristique en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes.

Les éléments présentés dans ce document en témoignent, nous commençons cette nouvelle étape avec des avantages puisque le degré de satisfaction des Français en vacances en région est globalement

supérieur à la moyenne nationale et que l'accueil et la beauté de nos paysages sont de toute évidence les points forts de la satisfaction en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes.

S'il convient de s'en réjouir, il faut aussi rester vigilants : il nous reste des défis à relever par rapport à nos principaux « concurrents » nationaux et des marges de progression auprès de certains publics.

Alors que les touristes fidèles décrivent une expérience presque optimale dans la région, près de 3 touristes sur 10 en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes sont des primo-visiteurs. Ces derniers, plus enclin à partager leur expérience touristique sur Internet, sont séduits par la beauté et la diversité de nos sites et paysages, mais ont aussi un niveau d'attachement à la région inférieur à la moyenne nationale. Leur intention de revenir est plus faible.

De beaux challenges s'offrent donc à nous pour la construction de l'avenir touristique de ce grand territoire. Dans un monde qui s'accélère, où l'information est essentielle pour guider les actions marketing, cette étude jouera, je l'espère, pleinement son rôle pour nourrir la réflexion de toute la profession.

**Régine MARCHAND**

Présidente des CRT Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes

<sup>1</sup> Estimation CRT 2015 - chiffres clés du tourisme en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes

# SOMMAIRE

MÉTHODOLOGIE.....	3
À RETENIR.....	4-5
LES VOYAGES DES FRANÇAIS DURANT L'ÉTÉ 2015.....	6-7
LE NIVEAU D'ATTACHEMENT DES VACANCIERS ENVERS AQUITAINE - LIMOUSIN - POITOU-CHARENTES.....	8
LE NIVEAU D'ATTACHEMENT SELON L'ENVIRONNEMENT ET LES CARACTÉRISTIQUES DU SÉJOUR.....	9-10
LES POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES DU TOURISME EN AQUITAINE - LIMOUSIN - POITOU-CHARENTES.....	11-15
UNE RELATION AVEC LES TOURISTES À CONSTRUIRE DIFFÉREMMENT EN FONCTION DES CIBLES.....	16-19
BENCHMARK : PEU DE DIFFÉRENCE ENTRE AQUITAINE - LIMOUSIN - POITOU-CHARENTES ET LA FRANCE.....	20-21
QUELQUES CLÉS POUR UNE EXPÉRIENCE TOURISTIQUE OPTIMALE DANS LA RÉGION.....	22

# MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE ET DÉFINITIONS

Qui ?



## ÉCHANTILLON NATIONAL REPRÉSENTATIF

4051 voyageurs réinterrogés sur leur voyage le plus long de l'été parmi les partants répondant au SDT 2015 (juillet/août).

Dans la région Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes nous avons procédé à un sur-échantillonnage des voyages pour une représentativité optimale,

996 interrogés soit :

Littoral (dont Bassin d'Arcachon) : **450**

Vallée de la Dordogne : **99**

Bordeaux, vignobles et Bassin d'Arcachon : **133**

Sud Grande Région : **157**

Nord Grande Région + Poitiers/Futuroscope : **209**



Comment ?

## RECUEIL

Recueil par **voie postale** auprès des panélistes sollicités pour le SDT.

**Échantillon National** : interrogation des voyageurs de juillet à début octobre, et des voyageurs d'août à début novembre, soit entre **2 et 3 mois après l'expérience vécue**.

Quoi ?



## QUESTIONNAIRE

Questionnaire sur **2 pages** recto-verso, composé uniquement de questions fermées.

Dans ses grandes lignes :

- Qualification primo-visiteur/déjà venu (fréquence)
- Évaluation globale de l'attachement à la destination (satisfaction expérience touristique + préférence)
- Satisfaction détaillée (environ 35 items) sur les différents secteurs touristiques (sites/villes visités, accessibilité, restauration, commerces, loisirs, hébergement)
- Impact sur Buzz Internet
- Intention de retour

## Construction de l'indice synthétique de l'attachement à la région :

L'indice synthétique de l'attachement à la région construit par TNS Sofres est bâti en calculant la moyenne des réponses aux deux questions suivantes :

**Q1 : Votre expérience touristique dans cette région a été...**

Qui permet de mesurer **la préférence**.

**Q2 : Diriez-vous de cette destination de vacances qu'elle est...**

Qui permet de mesurer **la performance**.

Chaque question est évaluée sur une échelle en 5 points allant de 1 à 5.

Avant le calcul de l'indice, la valeur d'origine est transposée dans une échelle en 5 points allant de **-50 à 150**

ÉCHELLE DE NOTATION PERFORMANCE	ÉCHELLE DE NOTATION PRÉFÉRENCE	VALEUR D'ORIGINE	VALEUR TRANSFORMÉE
Excellente	Extrêmement forte préférence	5	150
Très bonne	Très forte préférence	4	100
Bonne	Forte préférence	3	50
Moyenne	Légère préférence	2	0
Mauvaise	Aucune préférence	1	-50
Ne sait pas	Ne sait pas	-	-

## Le calcul de l'indice TRI\*M :

$$\text{Indice TRI}^*M = \frac{(\text{PERF transformée} + \text{PRÉF transformée})}{2}$$

► **même poids accordé aux 2 métriques**

Exemple : un répondant juge la performance très bonne ► valeur d'origine 4 ► valeur transformée 100. Il estime qu'il a une forte préférence ► valeur d'origine 3 ► valeur transformée 50

$$\text{TRI}^*M = \frac{(100 + 50)}{2} = 75$$

- Nord Grande Région
- Sud Grande Région
- Vallée de la Dordogne
- Bordeaux et vignobles de Gironde y compris Bassin d'Arcachon
- Littoral y compris Bassin d'Arcachon



Attention : le Bassin d'Arcachon est comptabilisé à la fois dans Littoral et Bordeaux, vignobles et Bassin d'Arcachon

# L'EXPÉRIENCE DES TOURISTES EN NO



## › Une destination estivale de 1<sup>er</sup> ordre.

Au cours de l'été 2015 (juillet et août), 51,2 millions de voyages personnels ont été réalisés par les Français dont 14% en région Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes, ce qui en fait la 1<sup>ère</sup> région de destination estivale des Français, ex-aequo avec Languedoc - Roussillon - Midi-Pyrénées. Dans la région, près de la moitié des voyages personnels sont réalisés au bord de la mer. Par rapport à la moyenne française, les séjours durent plus longtemps et ont, par conséquent, un coût plus élevé. Plus d'une nuitée personnelle sur 2 est réalisée en hébergement marchand, une proportion plus élevée qu'en France (42%).



## › Une attractivité supérieure à la moyenne nationale, très corrélée avec l'environnement et les caractéristiques du séjour.

Le niveau d'attachement des vacanciers envers Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes est conforme aux standards observés dans les régions littorales du sud et de l'ouest de la France, avec un léger « dépositionnement » par rapport aux leaders que sont PACA et la Bretagne. Cet attachement se construit sur la base d'un bon niveau de performance touristique (expérience jugée excellente ou très bonne par 28% des touristes) associée à une préférence vis-à-vis de la région un peu plus élevée que la moyenne française et tirée par la cible des touristes fidèles.

Le niveau d'attachement est très corrélé avec l'environnement et les caractéristiques du séjour : comme au niveau national, les vacanciers affichent, dans la région, une nette préférence pour le littoral alors que les voyages en milieu urbain suscitent

moins d'attachement. Par type de destination, le niveau d'attachement reste néanmoins globalement plus élevé en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes qu'au niveau national. Bordeaux et la Vallée de la Dordogne sont particulièrement performants. Dans la région, le niveau d'attachement est au dessus de la moyenne nationale pour les touristes séjournant en hébergement non marchand (78 d'indice vs 76 en France), alors qu'en France, il est identique quel que soit le mode d'hébergement. Cette performance est liée au fort attachement des touristes résidents dans les résidences secondaires. Parallèlement, si les clientèles hôtelières sont fortement attachées à la région par rapport à la moyenne nationale, les campeurs semblent plus volatiles.



## › Des niveaux de satisfaction globalement supérieurs à la moyenne nationale, avec 2 points forts, l'accueil et la beauté des paysages.

Sur les différents critères qui composent l'expérience touristique, les niveaux de satisfaction observés dans la région sont globalement supérieurs à la moyenne nationale. L'été 2015 confirme les principaux atouts touristiques de la région.

Le patrimoine naturel (dont le littoral), culturel, architectural et gastronomique est une force incontestable de la région, de même que la propreté des sites et la sécurité. Ils contribuent fortement à l'attachement des vacanciers.

L'hébergement est dans l'ensemble bien perçu, notamment l'accueil et l'amabilité du personnel, mais également la compétence des professionnels qui contribue beaucoup à l'attachement. Les touristes qui ont pratiqué une activité sont relativement satisfaits de l'offre.

Pour la restauration, le prix et le rapport qualité/prix cristallisent le plus de mécontentement.

La principale source d'insatisfaction des touristes en région concerne le stationnement sur place, la signalisation touristique, la fluidité de la circulation et surtout l'offre de transport

# NOUVELLE-AQUITAINE : À RETENIR

public sur place, même si près de 40% d'entre eux n'utilisent pas les transports publics. De même, la diversité des boutiques et les prix qu'on y pratique sont sources d'insatisfaction.



## › 72% d'intentions de retour.

L'expérience touristique, globalement très satisfaisante en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes, se reflète dans l'intention de revenir, puisque 3 touristes sur 4 ont la certitude de revenir en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes (même résultat qu'au niveau national).



## › Une région qui attire les primo-visiteurs.

Si globalement l'expérience touristique dans la région est très bonne, on observe une différence notable entre les primo-visiteurs et les fidèles. Dans la région Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes près de 3 vacanciers sur 10 sont des primo-visiteurs (contre 2 sur 10 en France).

**Les primo-visiteurs** sont plus jeunes que la moyenne, fréquentent les hébergements marchands, mais leur niveau d'attachement est inférieur à la moyenne régionale et leur intention de revenir est plus faible. Par ailleurs, les primo-visiteurs partagent davantage leur expérience touristique sur Internet.

Si la beauté et la diversité des sites en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes restent deux points forts pour leur attachement à la région, les prix pratiqués dans les commerces et l'offre culturelle sont deux axes d'amélioration prioritaires pour les fidéliser en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes.

**Les fidèles** quant à eux ont une expérience presque optimale dans la région et un niveau d'attachement qui dépasse légèrement celui de la moyenne nationale. C'est une cible sur laquelle

il est pourtant encore possible d'agir puisqu'en améliorant l'offre de loisirs, on pourrait augmenter leur niveau d'attachement à la région.



## › Peu de différences entre Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes et la France.

Par rapport à ses principaux « concurrents » nationaux, Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes arrive en tête en ce qui concerne l'offre de transport public local, mais est nettement distancée par la Bretagne dans les autres dimensions. L'écart avec la Bretagne se réduit sur l'offre de loisirs, notamment en matière de diversité des loisirs payants, et en ce qui concerne l'hébergement marchand.

Si le niveau de satisfaction est supérieur à la moyenne française pour l'accueil, l'information touristique, la propreté, la sécurité, la restauration, on constate un même point de mécontentement sur les prix en boutique de souvenirs pour les 3 régions étudiées dans le cadre de ce Benchmark\*.



## Quelles pistes d'actions ?

Parce que toutes les dimensions d'accueil sont très liées à l'attachement à la destination, la région doit garder l'avantage sur ces items. Améliorer la satisfaction sur la diversité des loisirs payants et la perception de l'offre en restauration (diversité et la qualité du service) devrait renforcer l'attachement à la destination. Il en va de même pour la diversité des activités culturelles auprès des familles avec enfant.

Intensifier le maillage du territoire en matière de commerces de proximité permettrait aussi d'améliorer la performance jusqu'alors évaluée à la moyenne sur ce point.

\* Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes, Bretagne, Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées

# LES VOYAGES DES FRANÇAIS DURANT L'ÉTÉ 2015



**1** Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes,  
1<sup>ère</sup> destination touristique des français  
(ex-aequo avec Languedoc - Roussillon - Midi-Pyrénées)

## > En voyages



- 1 Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes
- 2 Languedoc - Roussillon - Midi-Pyrénées



- 3 Auvergne - Rhône-Alpes

## > En nuitées



- 1 Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes
- 2 Languedoc - Roussillon - Midi-Pyrénées



- 3 Provence - Alpes - Côte-d'Azur



**3** Le littoral, une forte capacité d'attraction en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes

## > En Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes\*



Littoral  
(dont Bassin d'Arcachon)  
**48%**



Nord Grande Région + Poitiers / Futuroscope  
**19%**



Sud Grande Région  
**14%**



Bordeaux, vignobles et Bassin d'Arcachon  
**11%**



Vallée de la Dordogne  
**8%**



**2** 14% de part de marché sur l'ensemble des voyages effectués par les nationaux

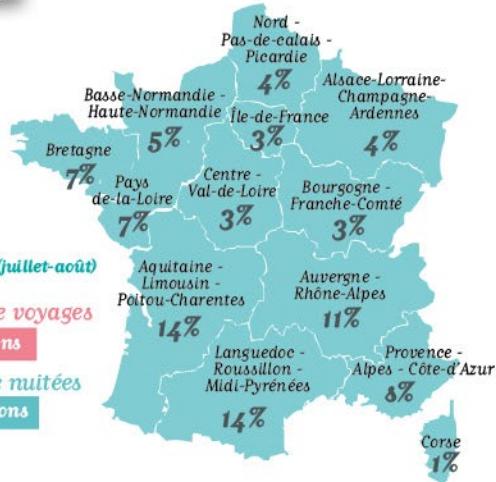
## Été 2015 (juillet-août)

### > Volume de voyages

**7.2 Millions**

### > Volume de nuitées

**63.1 Millions**



## > En France\*\*



Littoral  
**32%**  
En moyenne sur une année : 23%



Rural  
**22%**



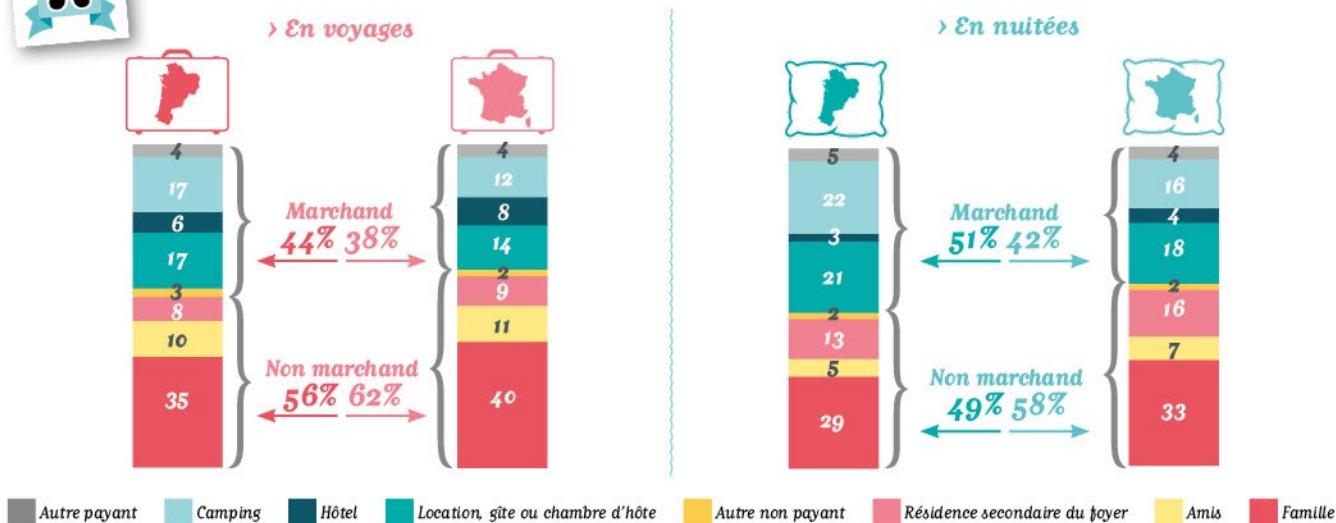
Urbain  
**21%**



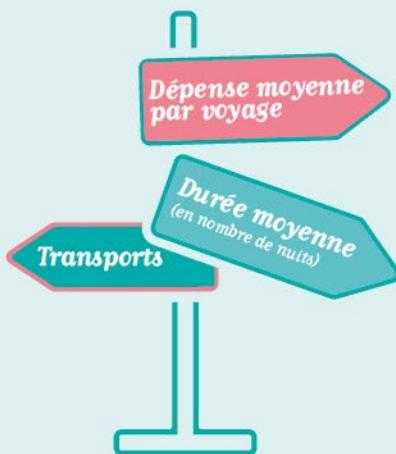
Montagne  
**22%**



## Plus de séjours marchands qu'en moyenne nationale



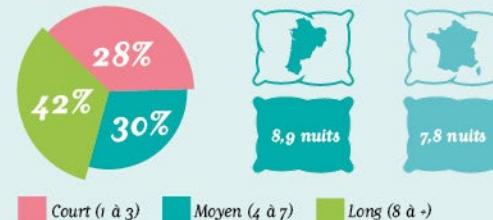
## Des visiteurs qui viennent surtout en voiture, plus longtemps qu'ailleurs en France, avec un niveau de dépense supérieur à la moyenne nationale



### > En voyages



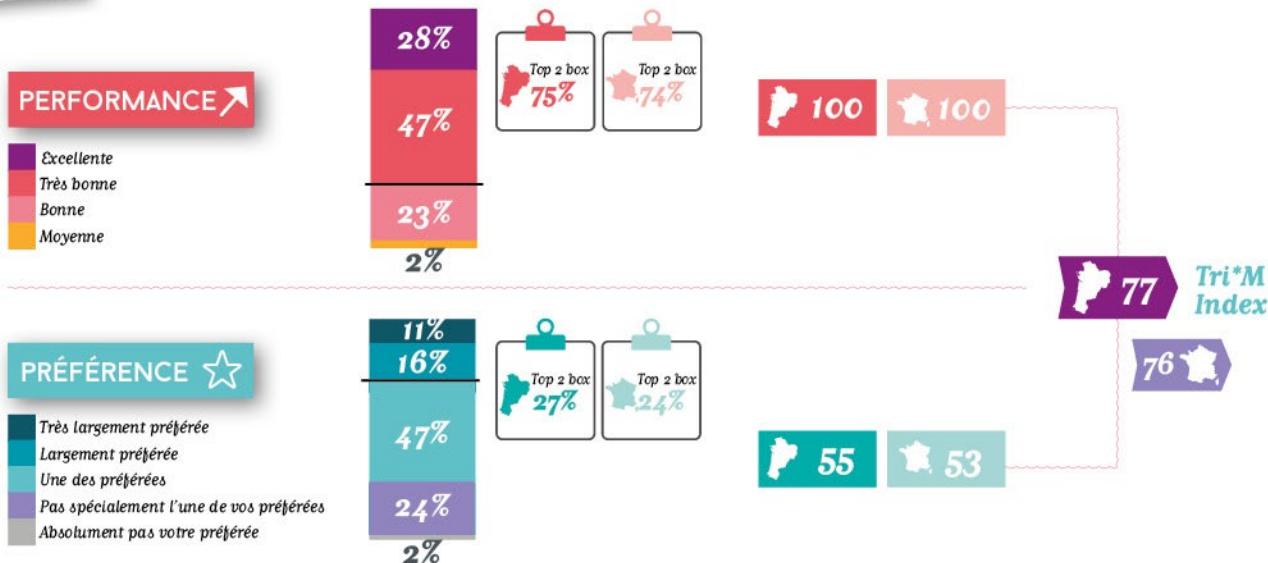
### > En nuitées



# LE NIVEAU D'ATTACHEMENT DES VACANCIERS ENVERS AQUITAINE - LIMOUSIN - POITOU-CHARENTES



Une expérience touristique en région jugée très bonne ou excellente pour 3 Français sur 4, un niveau de préférence supérieur à la moyenne française



Une attractivité supérieure à la moyenne nationale, mais qui reste inférieure à celle des destinations disposant d'une marque touristique reconnue

## ➤ Niveau d'attachement des touristes selon la région

PACA est la région qui dispose, sans conteste, du niveau d'attachement le plus important. La Bretagne tire son épingle du jeu. Ex-aequo pour Auvergne - Rhône-Alpes et Languedoc - Roussillon - Midi-Pyrénées.

- Regions moins attractives que la moyenne nationale
- Regions plus attractives ou aussi attractives que la moyenne nationale

76 Total France



# LE NIVEAU D'ATTACHEMENT SELON L'ENVIRONNEMENT ET LES CARACTÉRISTIQUES DU SÉJOUR



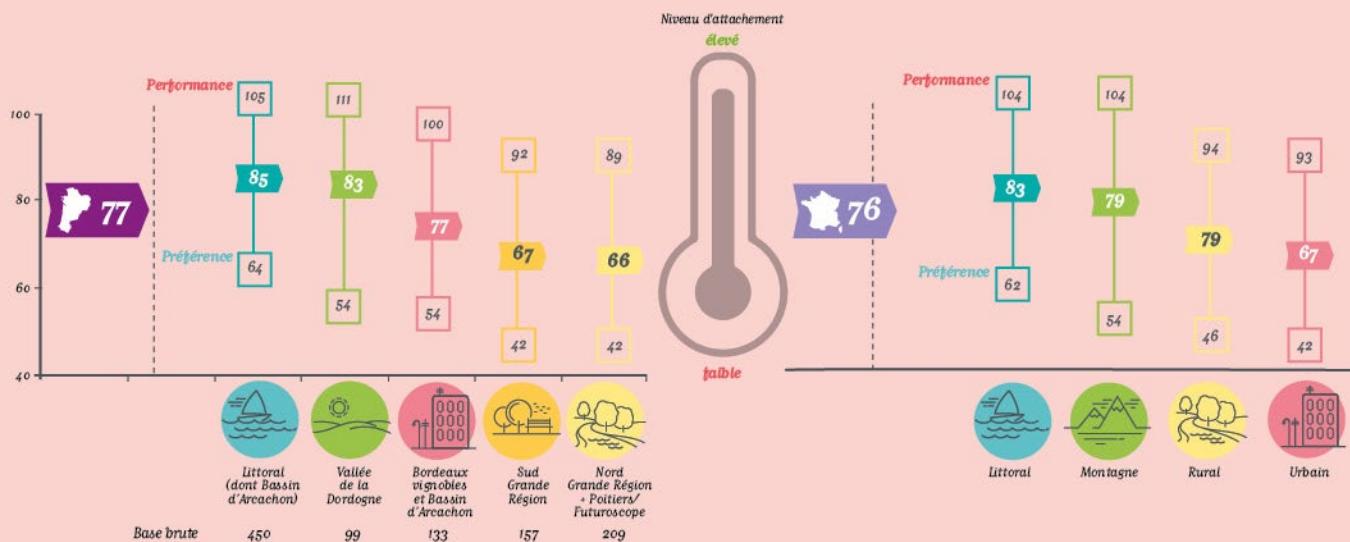
L'attachement au littoral est très net dans la région.

Bordeaux et la vallée de la Dordogne affichent un niveau de performance au-delà des standards observés en ville et à la campagne

› Niveau d'attachement des touristes selon l'environnement du séjour

En Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes\*

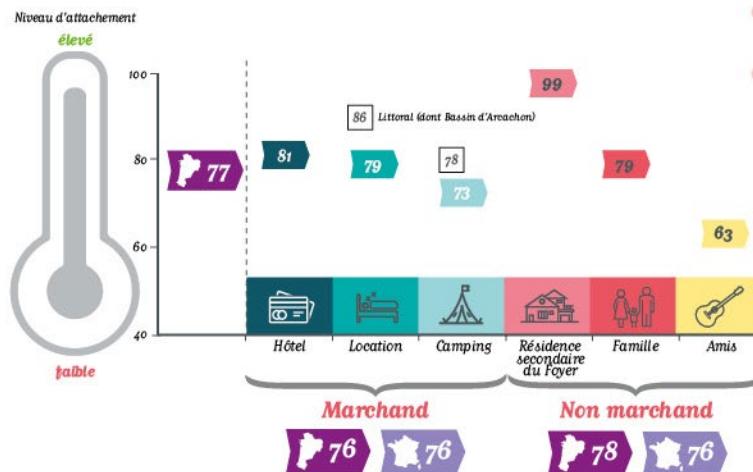
En France\*\*





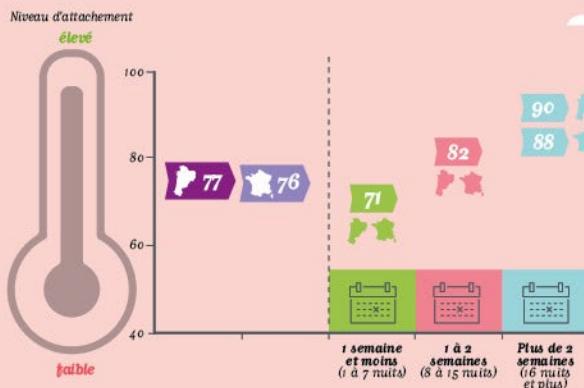
## Une performance des hébergements non marchands tirée par les résidences secondaires Des clientèles hôtelières fortement attachées à la région, des campeurs plus volatiles

› Niveau d'attachement des touristes selon l'hébergement du séjour



## Sans surprise, plus le séjour est long et plus le niveau d'attachement est important

› Niveau d'attachement des touristes selon l'hébergement du séjour



# LES POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES DU TOURISME EN AQUITAINE - LIMOUSIN - POITOU-CHARENTES



Une très bonne satisfaction en ce qui concerne l'accueil de la population et l'information touristique dans la région

Comment jugez-vous les points suivants au cours de ce séjour ?



## > Accueil et information

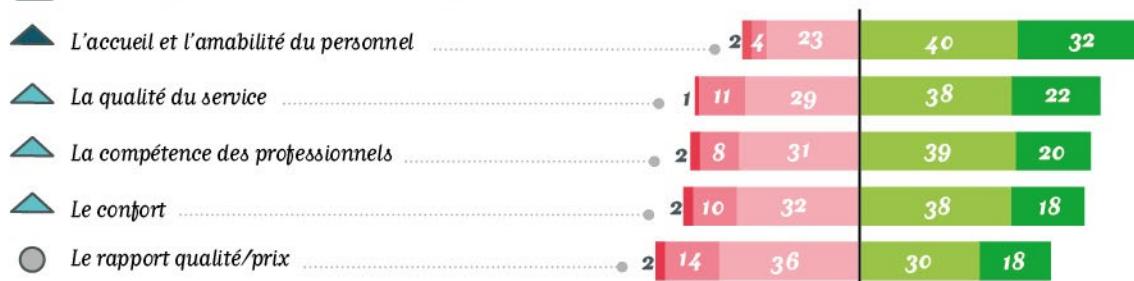


L'accueil et l'amabilité des professionnels sont jugés bien supérieurs à la moyenne nationale dans les hébergements marchands dans la région

Comment jugez-vous les points suivants au cours de ce séjour ?



## > Hébergement marchand (479)



En % ■ Mauvaise ■ Moyenne ■ Bonne ■ Très bonne ■ Excellente

▼ BIEN INFÉRIEUR À LA MOYENNE

▼ INFÉRIEUR À LA MOYENNE

● À LA MOYENNE

▲ SUPÉRIEUR À LA MOYENNE

▲ BIEN SUPÉRIEUR À LA MOYENNE

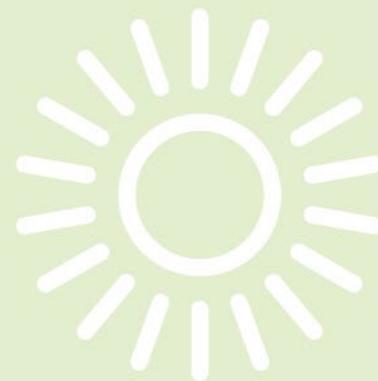


De très bonnes expériences sur les sites visités  
Un point fort : la beauté et la diversité de nos paysages

Comment jugez-vous les points suivants au cours de ce séjour ?



> Sites visités





Les touristes qui ont pratiqué une activité sont globalement satisfaits de l'offre de loisirs dans la région

Comment jugez-vous les points suivants au cours de ce séjour ?



### > L'offre de loisirs



Pour la restauration, le prix et le rapport qualité/prix cristallisent le plus d'insatisfaction

Comment jugez-vous les points suivants au cours de ce séjour ?



### > La restauration



En % ■ Mauvaise ■ Moyenne ■ Bonne ■ Très bonne ■ Excellente

▼ BIEN INFÉRIEUR À LA MOYENNE

▼ INFÉRIEUR À LA MOYENNE

○ À LA MOYENNE

▲ SUPÉRIEUR À LA MOYENNE

▲ BIEN SUPÉRIEUR À LA MOYENNE



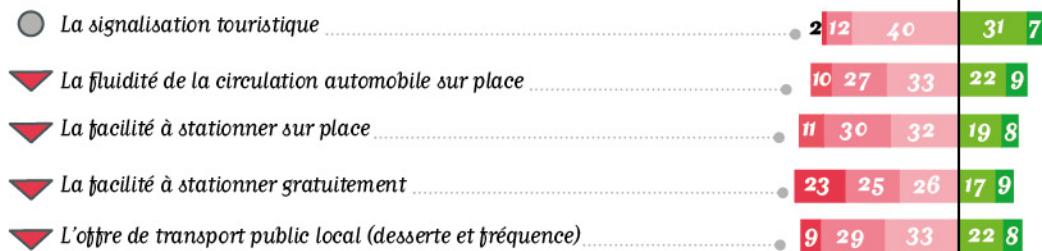
## Une insatisfaction autour de la fluidité de la circulation et du stationnement (notamment gratuit)

Comment jugez-vous les points suivants au cours de ce séjour ?

À noter, près de 4 touristes sur 10 n'utilisent pas les transports publics



### > Accessibilité des sites



## La diversité des boutiques et les prix qu'on y pratique sont sources d'insatisfaction

Comment jugez-vous les points suivants au cours de ce séjour ?



### > Les commerces



En % ■ Mauvaise ■ Moyenne ■ Bonne ■ Très bonne ■ Excellente

▼ BIEN INFÉRIEUR  
À LA MOYENNE

▼ INFÉRIEUR  
À LA MOYENNE

○ À LA MOYENNE

▲ SUPÉRIEUR  
À LA MOYENNE

▲ BIEN SUPÉRIEUR  
À LA MOYENNE

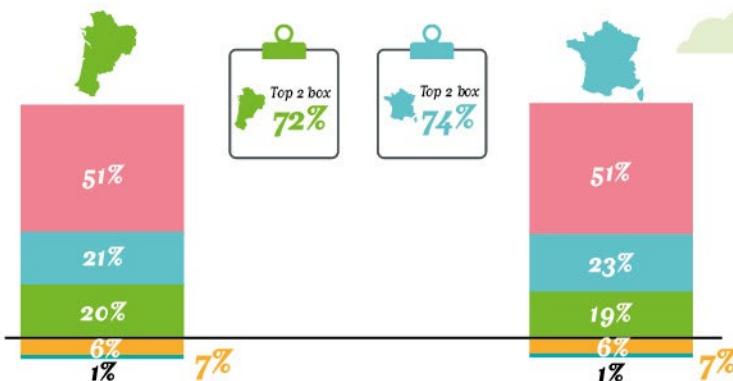


En France comme en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes, plus de la moitié des vacanciers de l'été déclarent être certains de revenir en vacances dans la région

Pensez-vous revenir à destination de cette région ?

Région d'origine IDF = 64%  
50-64 ans = 54%  
Non marchand = 66%

Marchand = 10%

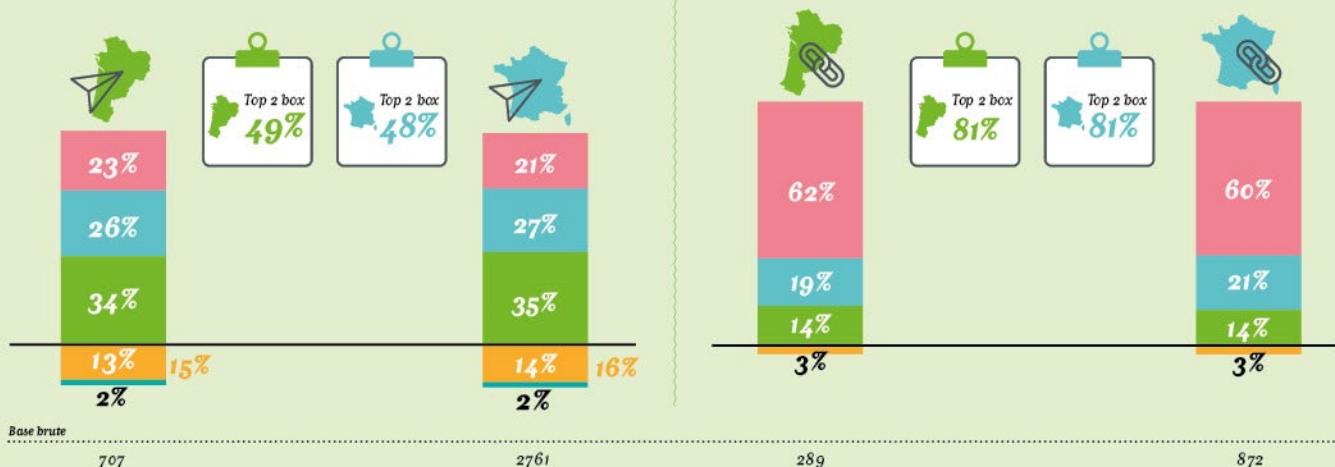


En France comme dans la région, l'envie de revenir est assurée par les fidèles

Pensez-vous revenir à destination de cette région ?

> Primo-visiteurs

> Fidèles



Très certainement | Certainement | Probablement | Probablement pas | Certainement pas

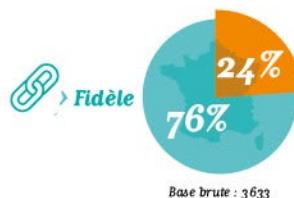
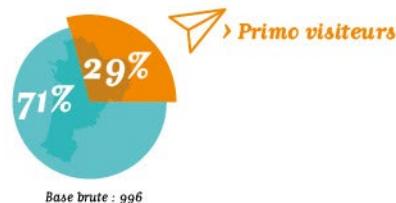
# UNE RELATION AVEC LES TOURISTES À CONSTRUIRE DIFF



29% de primo-visiteurs, une proportion plus élevée que la moyenne nationale

PART DES PRIMO-VISITEURS AU SEIN DE CHAQUE ZONE	
Bordeaux, vignobles et Bassin d'Arcachon	23%
Littoral (dont Bassin d'Arcachon)	31%
Nord Grande Région + Poitiers/Futuroscope	22%
Sud Grande Région	27%
Vallée de la Dordogne	42%

Dans la région Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes, près de 3 vacanciers sur 10 sont des primo-visiteurs (contre 2 sur 10 en France), 4 sur 10 le sont en Vallée de la Dordogne.



## Les primo-visiteurs, des profils et des comportements spécifiques

Dans la région, la majorité des séjours des primo-visiteurs sont effectués en hébergement marchand (76%). Leur voyage dure moins longtemps (7,7 nuits) que pour l'ensemble des vacanciers d'été en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes et leur dépense moyenne par voyage est plus élevée (1067€). Ces visiteurs sont plutôt plus jeunes, plutôt originaires de l'Est et du Nord-est (seulement 13% de Franciliens) et partagent davantage que les autres vacanciers leur expérience sur Internet.

PARTAGE LEUR EXPÉRIENCE SUR INTERNET	EN FRANCE	EN AQUITAINE - LIMOUSIN - POITOU-CHARENTES
Ensemble des visiteurs	10%	9%
Primo-visiteurs	15%	14%



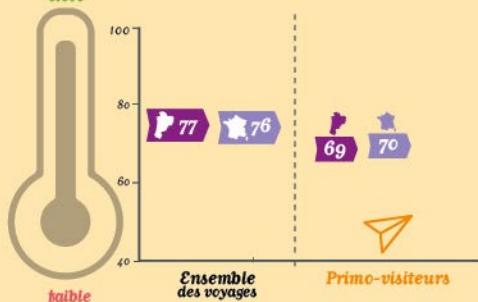
Vu leur profil et leur influence plus marquée sur internet, les primo-visiteurs peuvent devenir des ambassadeurs pour la région. Adapter les prestations touristiques à leur besoin est un enjeu important pour les professionnels du tourisme, afin que les primo-partants ne deviennent pas une source de communication négative.

# FÉREMENT EN FONCTION DES CIBLES

3

Un niveau d'attachement plus faible que la moyenne nationale, une proportion plus grande de modérés

Niveau d'attachement



ATTACHEMENT	VISITEURS	PRIMO-VISITEURS
Faible	3%	6%
Moyen	60%	65%
Fort	37%	29%

4

La beauté et la diversité des sites en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes, deux points forts de la région pour l'attachement des primo-visiteurs

➤ **À investir en priorité** - Renforce ou affaiblit l'attachement selon le degré de performance atteint

- ▲ Accueil et information - La facilité d'accès à l'information touristique
- ▲ Accueil et information - La qualité de l'information touristique
- ▲ Sites visités - La beauté et diversité des sites/paysages
- ▲ Sites visités - L'intérêt des sites, des villes
- Restauration - La diversité de l'offre
- Restauration - La qualité du service

➤ **À construire en priorité** - Possibilité de renforcer l'attachement si la performance est améliorée

- ▲ Sites visités - La propreté, l'entretien des sites naturels
- ▲ Sites visités - La propreté, l'entretien des villes
- ▲ Sites visités - La sécurité des villes et sites touristiques
- ▲ Commerces - l'accueil, l'amabilité du personnel

➤ **À maintenir en priorité** - Risque d'affaiblir l'attachement si la performance est moindre

- ▲ Accueil et information - L'accueil de la population
- ▲ Restauration - L'accueil, l'amabilité du personnel

▼ BIEN INFÉRIEUR  
À LA MOYENNE

▼ INFÉRIEUR  
À LA MOYENNE

● À LA MOYENNE

▲ SUPÉRIEUR  
À LA MOYENNE

▲ BIEN SUPÉRIEUR  
À LA MOYENNE



Les prix pratiqués dans les commerces et l'offre culturelle, deux axes d'amélioration prioritaires pour l'attachement des primo-visiteurs en Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes

➤ **À investir en priorité** - Renforce ou affaiblit l'attachement selon le degré de performance atteint

- **Commerces** - la proximité des commerces (achats alimentaires du quotidien)

➤ **À construire en priorité** - Possibilité de renforcer l'attachement si la performance est améliorée

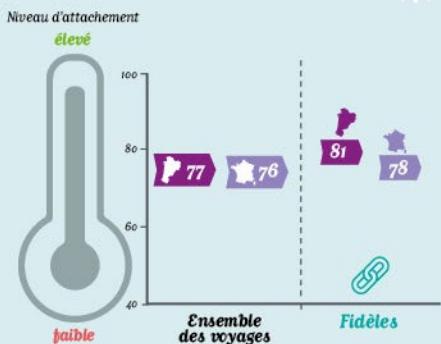
- ▼ **Commerces** - Les prix pratiqués dans les boutiques de souvenir et d'artisanat local
- **Offre de loisirs** - La diversité des activités culturelles (musées, expositions, monuments)
- ▼ **Offre de loisirs** - Le rapport Qualité/Prix de l'offre culturelle

➤ **À maintenir en priorité** - Risque d'affaiblir l'attachement si la performance est moindre

- ▼ **Restauration** - Le rapport qualité/prix
- ▼ **Commerces** - La diversité des boutiques



Le niveau d'attachement **des fidèles** à la région Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes dépasse légèrement celui de la moyenne nationale



### LES FIDÈLES

Zone	Indice TRI*m
Littoral (dont Bassin d'Arcachon)	88
Vallée de la Dordogne	83
Bordeaux, Vignobles et Bassin d'Arcachon	79
Sud Grande Région	71
Nord Grande Région + Poitiers/Futuroscope	67

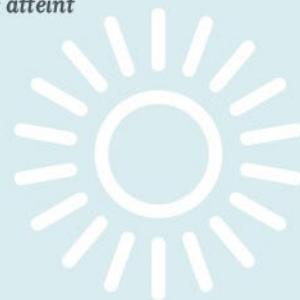
Deux zones tirent l'attachement des fidèles au dessus du niveau national : le Littoral (dont le bassin d'Arcachon) et la Vallée de la Dordogne

7

Une expérience touristique « presque » optimale dans la région

> **À investir en priorité** - Renforce ou affaiblit l'attachement selon le degré de performance atteint

- ▲ **Accueil et information** - L'accueil de la population
- ▲ **Accueil et information** - La facilité d'accès à l'information touristique
- ▲ **Accueil et information** - La qualité de l'information touristique
- ▲ **Sites visités** - La beauté et diversité des sites/paysages
- ▲ **Sites visités** - L'intérêt des sites, des villes
- ▲ **Restauration** - La diversité de l'offre
- **Offre de loisirs** - L'adaptation aux besoins de mon foyer
- ▲ **Hébergement** - L'accueil, l'amabilité du personnel



> **À construire en priorité** - Possibilité de renforcer l'attachement si la performance est améliorée

- **Restauration** - La qualité du service
- ▲ **Commerces** - l'accueil, l'amabilité du personnel
- ▲ **Offre de loisirs** - L'accueil, l'amabilité du personnel
- ▲ **L'accueil**, l'amabilité du personnel

> **À maintenir en priorité** - Risque d'affaiblir l'attachement si la performance est moindre

- ▲ **Sites visités** - La propreté, l'entretien des sites naturels
- **Commerces** - La proximité des commerces (achats alimentaires du quotidien)
- ▲ **Hébergement** - Le confort
- ▲ **Hébergement** - La compétence des professionnels



8

Un effort à faire sur l'offre de loisirs pour augmenter le niveau d'attachement des fidèles dans la région

> **À construire en priorité** - Haute priorité

- **Commerces** - La diversité des boutiques
- ▼ **Offre de loisirs** - La diversité des loisirs payants (de détente, sportifs ou ludiques)
- ▼ **Offre de loisirs** - Le rapport Qualité/Prix des loisirs payants

▼ BIEN INFÉRIEUR  
À LA MOYENNE

▼ INFÉRIEUR  
À LA MOYENNE

● À LA MOYENNE

▲ SUPÉRIEUR  
À LA MOYENNE

▲ BIEN SUPÉRIEUR  
À LA MOYENNE

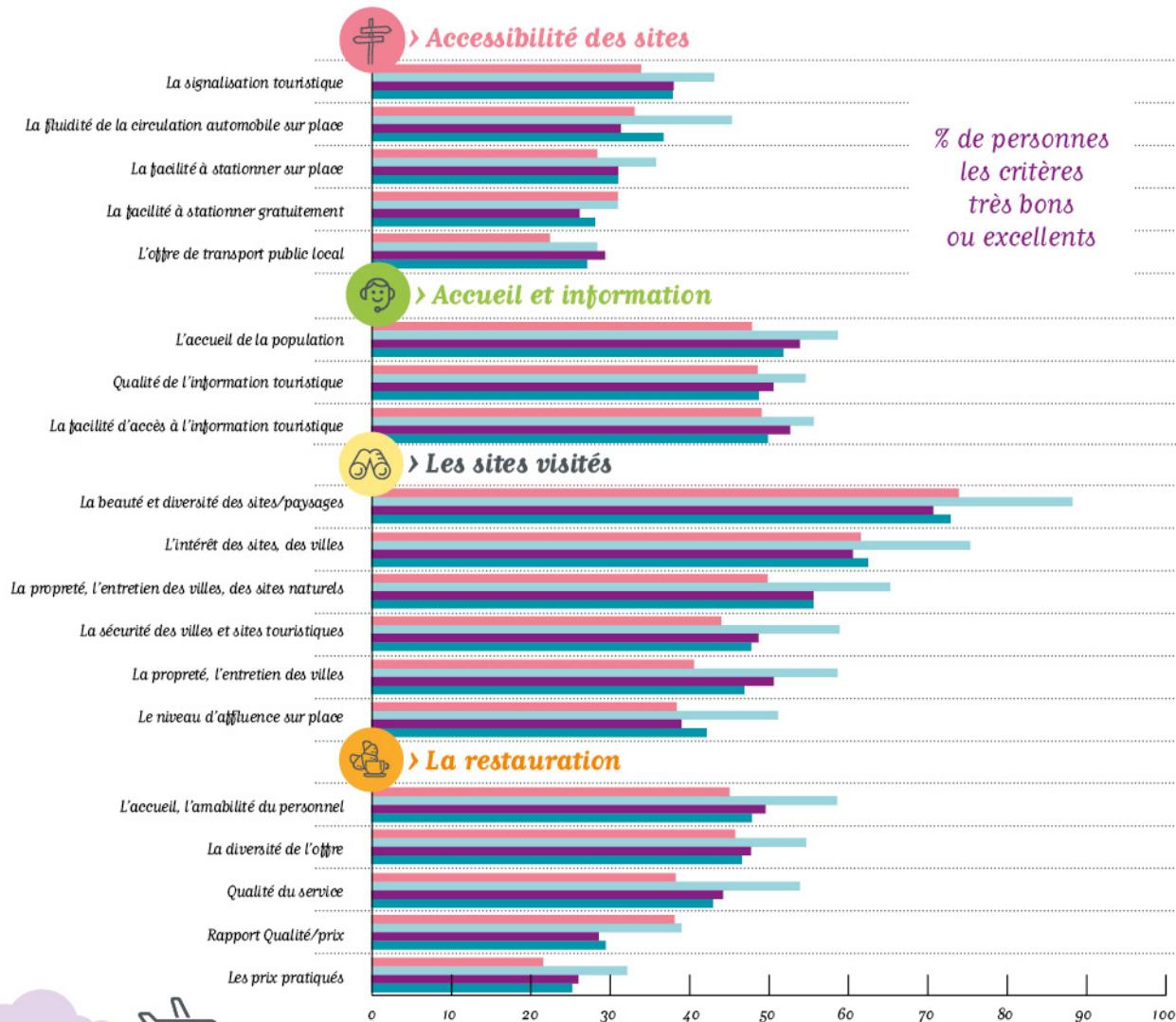
# BENCHMARK : PEU DE DIFFÉRENCE ENTRE AQUITAINE - LIMOUSIN



Aquitaine - Limousin - Poitou-Charentes arrive en tête sur l'offre de transport public local, mais est nettement distancée par la Bretagne dans les autres dimensions.



Dans la région, le niveau de satisfaction est supérieur à la moyenne de la France pour l'accueil, l'information touristique, la propreté, la sécurité, la restauration.

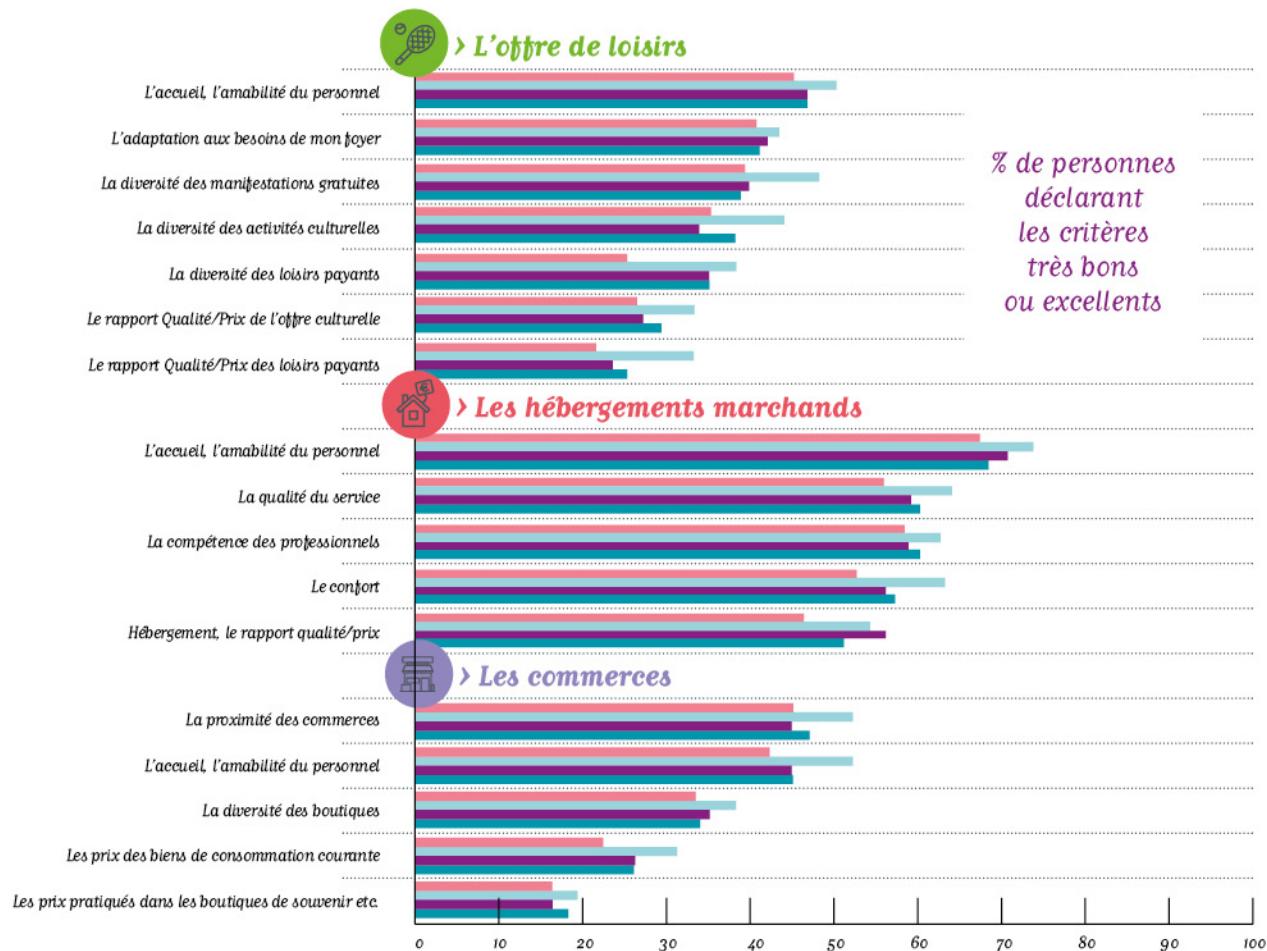


# LOUSIN - POITOU-CHARENTES ET LA FRANCE



L'écart avec la Bretagne se réduit sur l'offre de loisirs, notamment en matière de diversité des loisirs payants et dans le domaine de l'hébergement marchand.

Un même point de mécontentement sur les prix en boutique de souvenirs pour les 3 régions.



# QUELQUES CLÉS POUR UNE EXPÉRIENCE TOURISTIQUE OPTIMALE DANS LA RÉGION



L'accueil et la propreté, deux items sur lesquels rester performants pour garder un bon niveau d'attachement à la région

› **À investir en priorité** - Renforce ou affaiblit l'attachement selon le degré de performance atteint

- ▲ **Accueil et information** - L'accueil de la population
- ▲ **Accueil et information** - La facilité d'accès à l'information touristique
- ▲ **Accueil et information** - La qualité de l'information touristique
- ▲ **Sites visités** - La beauté et diversité des sites/paysages
- ▲ **Sites visités** - L'intérêt des sites, des villes
- **Restauration** - La diversité de l'offre
- **Restauration** - La qualité du service
- **Offre de loisirs** - l'adaptation aux besoins de mon foyer

› **À construire en priorité** - Possibilité de renforcer l'attachement si la performance est améliorée

- ▲ **Commerces** - l'accueil, l'amabilité du personnel
- **Commerces** - la proximité des commerces (achats alimentaires du quotidien)
- ▲ **Offre de loisirs** - L'accueil, l'amabilité du personnel

› **À maintenir en priorité** - Risque d'affaiblir l'attachement si la performance est moindre

- ▲ **Sites visités** - La propreté, l'entretien des sites naturels
- ▲ **Hébergement** - L'accueil, l'amabilité du personnel
- ▲ **Hébergement** - Le confort



Diversité des boutiques, rapport qualité/prix de l'offre culturelle, deux axes d'amélioration prioritaires pour l'attachement du touriste en région

› **À construire en priorité** - Haute priorité

- ▼ **Commerces** - La diversité des boutiques
- ▼ **Offre de loisirs** - Le rapport Qualité/Prix des loisirs payants
- ▼ **Offre de loisirs** - Le rapport Qualité/Prix de l'offre culturelle



BIEN INFÉRIEUR  
À LA MOYENNE



INFÉRIEUR  
À LA MOYENNE



À LA MOYENNE



SUPÉRIEUR  
À LA MOYENNE



BIEN SUPÉRIEUR  
À LA MOYENNE



Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine

CS 31759

4 Place Jean Jaurès

33074 BORDEAUX cedex

Tél : +33 5 56 01 70 00 - Fax : +33 5 56 01 70 07

[observatoire@tourisme-aquitaine.fr](mailto:observatoire@tourisme-aquitaine.fr)





Étude réalisée par



TNS Sofres



\* Signature provisoire : le nom de la Région sera fixé par décret en Conseil d'Etat avant le 1<sup>er</sup> octobre 2016 après avis du Conseil Régional. • citrean.presseé RCS 842873348 • Crédits photos : Shutterstock