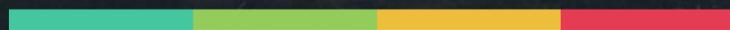


Mesure de la qualité de l'expérience des clientèles touristiques en Normandie

TRAVELSAT[©] Index / TCI Research

Janvier 2023



PRESENTATION



1. TRAVELSAT Index ©

L'étude globale de référence pour des destinations compétitives



L'étude de référence mondiale

Solution de benchmarking de l'expérience visiteur

Expérience



Critères de choix d'une destination

TRAVELSAT© - Tous marchés, toutes destinations mondiales

TRAVELSAT© Competitive Index est l'étude mondiale indépendante de référence, endossée par l'OMT et mesurant la qualité d'expérience des visiteurs de manière standardisée.

En 2011, le programme TRAVELSAT© s'est vu décerner le prestigieux prix Ulysse de l'OMT en reconnaissance de son excellence et caractère innovant pour améliorer la gouvernance des destinations. Depuis, plus de 80 destinations et acteurs du tourisme dans le monde utilisent TRAVELSAT© avec succès, en faisant la plus grande plateforme de benchmarking!

TRAVELSAT© Index

Primée par UNWTO



L'étude de référence mondiale et indépendante

Endossée et utilisée par les autorités du tourisme (UNWTO, ETC, ECM, DGE...) et destinations touristiques (DMO's) nationales, régionales et locales.



La confiance de clients sur les 5 continents

Incluant des destinations de toutes tailles en Europe, dans les Caraïbes, Amérique du Nord, Moyen-Orient, Océanie et Asie - Pacifique.



60+ critères couvrant l'ensemble du parcours visiteur

Hébergement, transports, restauration, activités culturelles et de loisirs, shopping, sentiment de sécurité, paysages, patrimoine historique, accueil, propreté etc.



Des opportunités de benchmarking inégalées

Normes géographiques, par marchés, par segments de voyageurs ou géo-thématiques (familles, millénials, Business /MICE, city breakers, séjours culturels, séjours APN, balnéaires...).



Une méthodologie éprouvée

Permettant de générer des données fiables et des options avancées de segmentation, sans compromis sur la qualité !



60+ critères de compétitivité couvrant l'ensemble du parcours visiteur

Expérience globale (KPI)

- Satisfaction globale à l'égard du séjour
- Intention de recommandation
- Intention de revisite
- Rapport qualité-prix du séjour
- Sécurité sanitaire générale perçue dans la destination

Expérience des hébergements

- Qualité générale
- Accueil du personnel
- Rapport qualité – prix
- Sécurité sanitaire dans le logement

Expérience de la restauration

- Qualité générale de la cuisine locale
- Diversité de la cuisine locale
- Accueil par le personnel
- Rapport qualité – prix
- Sécurité sanitaire dans les restaurants

Expérience des transports

- Coût des transports pour rejoindre la destination
- Accès aux transports publics (bus, etc.)
- Accueil dans les transports publics
- Prix des transports publics
- Accueil dans les points d'entrée (gare, aéroport etc.)
- Taxis
- Facilité de parking
- Infrastructures routières
- Accès à l'aéroport
- Signalétique / Capacité à trouver son chemin
- Sécurité sanitaire dans les transports en commun

Activités culturelles et de loisir

- Diversité des activités culturelles et de loisirs
- Théâtre, opéra, concerts
- Parcs de loisirs / Parcs à thème
- Prix des activités de loisirs
- Visites guidées, excursions
- Vie nocturne (bars, discothèques...)
- Sécurité sanitaire dans les lieux culturels, de loisir

Shopping

- Choix / Diversité offerte
- Accueil du personnel dans les magasins
- Rapport qualité – prix
- Jours / horaires d'ouverture
- Qualité de l'artisanat
- Sécurité sanitaire dans les magasins

Patrimoine historique (musées, monuments...)

- Richesse et diversité du patrimoine historique et des musées
- Entretien des sites et musées
- Accueil par le personnel dans les sites historiques et musées
- Prix des billets d'entrée des sites historiques et musées
- Confort de visite, foule, attente
- Sécurité sanitaire dans les musées

Centres d'informations visiteurs et services numériques

- Nombre de centres d'information disponibles
- Efficacité du personnel
- Jours / horaires d'ouvertures
- Qualité des services numériques et applications mobiles

Environnement

- Beauté des paysages
- Propreté en ville
- Propreté en dehors des villes
- Qualité de l'architecture et du développement urbain

Plages

- Beauté des plages
- Diversité des plages
- Propreté des plages
- Sécurité de la baignade
- Activités nautiques

Accueil de la population et sentiment de sécurité

- Accueil par la population locale
- Facilité de communication
- Sentiment de sécurité

Business / MICE (optionnel)

- Qualité des centres de congrès / conférence
- Accueil par le personnel
- Infrastructures de communication

Analyses transversales (moyenne des critères concernés)

- Durabilité
- Accueil humain
- Diversité de l'offre
- Prix et rapport qualité – prix

Items ad'hoc ajoutés :

- La facilité d'accès à une offre de mobilité douce
- La facilité à rejoindre votre destination finale en associant plusieurs modes de transport
- La facilité à voyager avec votre animal de compagnie



Des recrutements opérés par TCI Research

- Vagues trimestrielles de recrutements sur Access Panel en ligne → Identification de **visiteurs ayant séjourné en Normandie sur la période avril – novembre 2022** (au moins une nuitée dans un département normand).



Un questionnaire en ligne standardisé et multilingue

- **8 à 10 minutes** en moyenne de questionnaire,
- Questionnaire **multilingue** (français, anglais, allemand, espagnol, italien, néerlandais),
- Un questionnaire **standard** partout dans le monde.



Taille et structure de l'échantillon : 1.300 enquêtes exploitées en Normandie

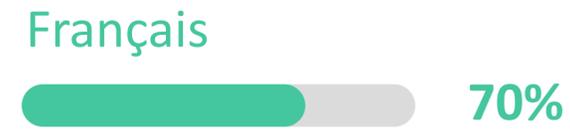
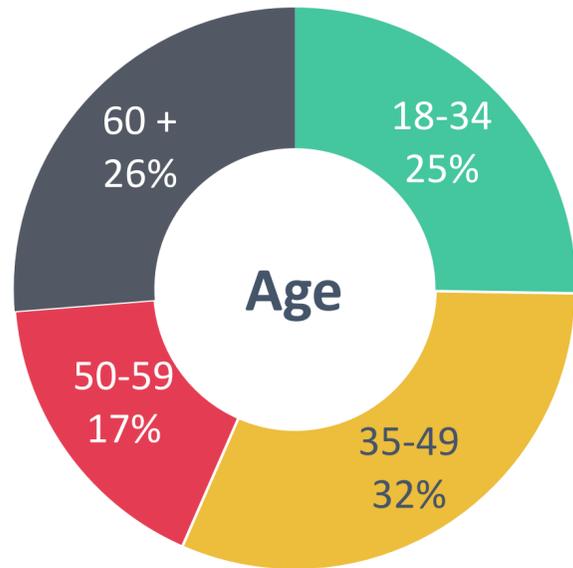
- Rappel de la **cible éligible** : touristes français ou étranger, âgés de 18 ans et plus, ayant séjourné au moins une nuit dans la région quel que soit le motif (tourisme d'agrément, affaire, affinitaire),
- **70% de visiteurs français et 30% de visiteurs étrangers** (*données Flux Vision Tourisme Orange*)
- Un total de **7 segments d'analyse retenus** : marché domestique / Total consolidé Clientèles étrangères, les jeunes (18-34 ans), les familles, les clientèles de 60 ans et plus, analyses saisonnières (ailes de saison Vs période estivale),
- **Normes de comparaison** des résultats : la norme France + mention des scores et de la région métropolitaine la plus performante + score de la région la moins performante (sans nomination).



Profil de l'échantillon

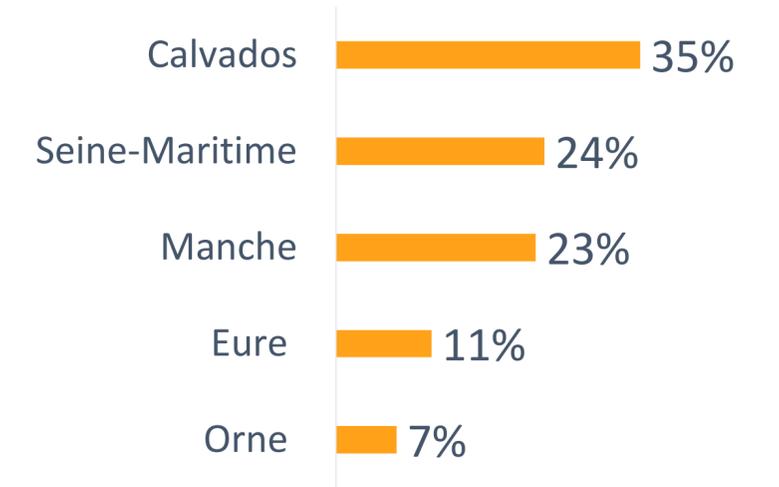
Vue générale

1.300 interviews



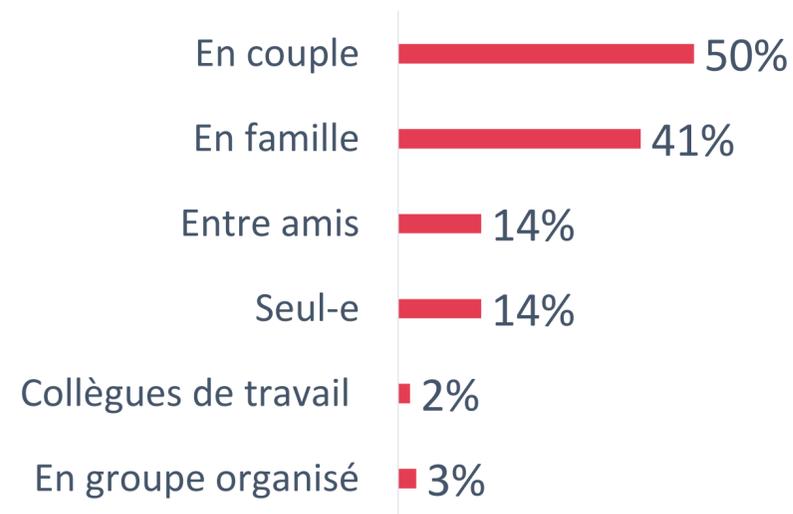
Allemagne : 5% / Royaume-Uni : 5%
 Pays-Bas : 4% / Belgique : 3%
 Autre : 13%

Départements visités

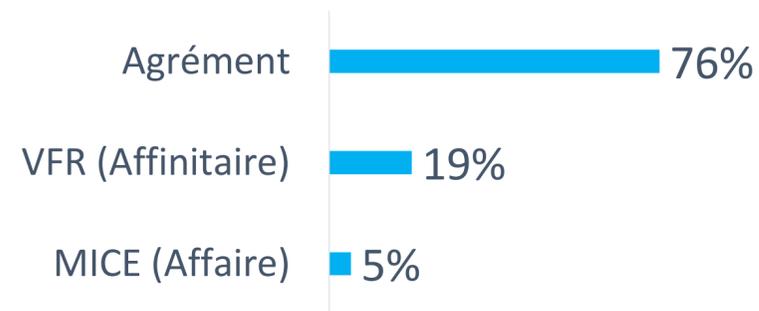


Part des hébergements entre particuliers de type Airbnb, Abritel... = **33%**

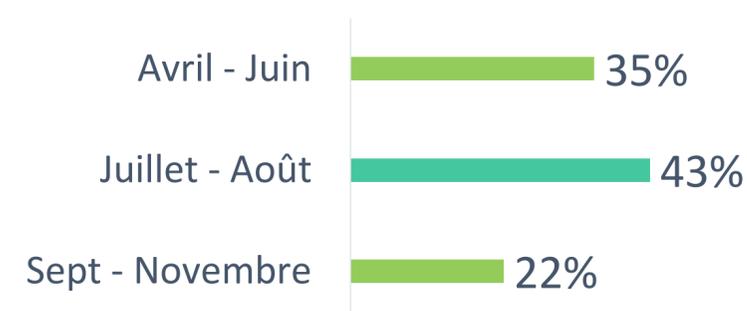
Cellule de voyage



Motivation du séjour



Période du séjour

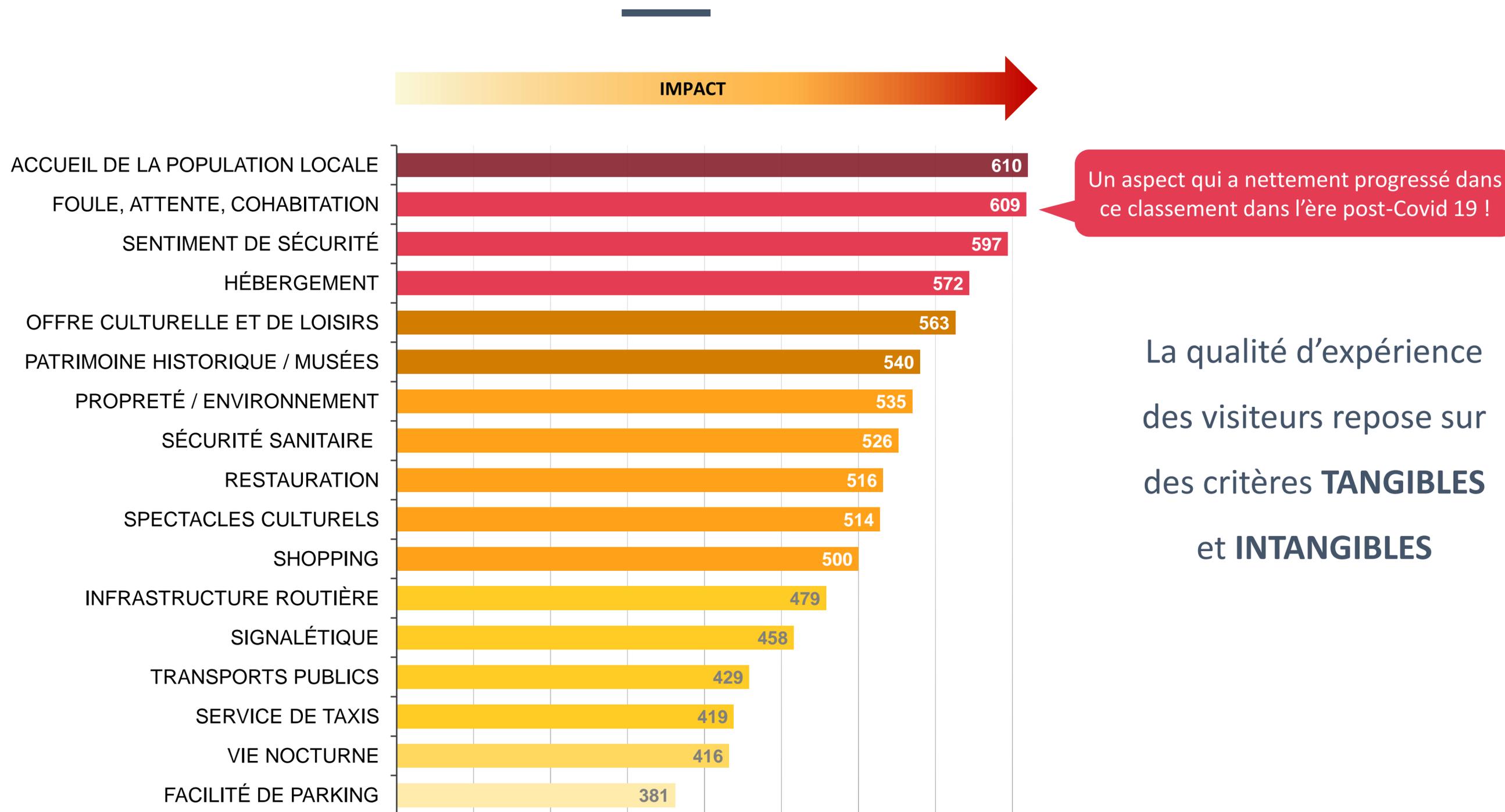


74% ont déjà visité la destination



31% sont des fidèles (déjà venus 5 fois ou +)

Facteurs qui influencent la satisfaction des touristes



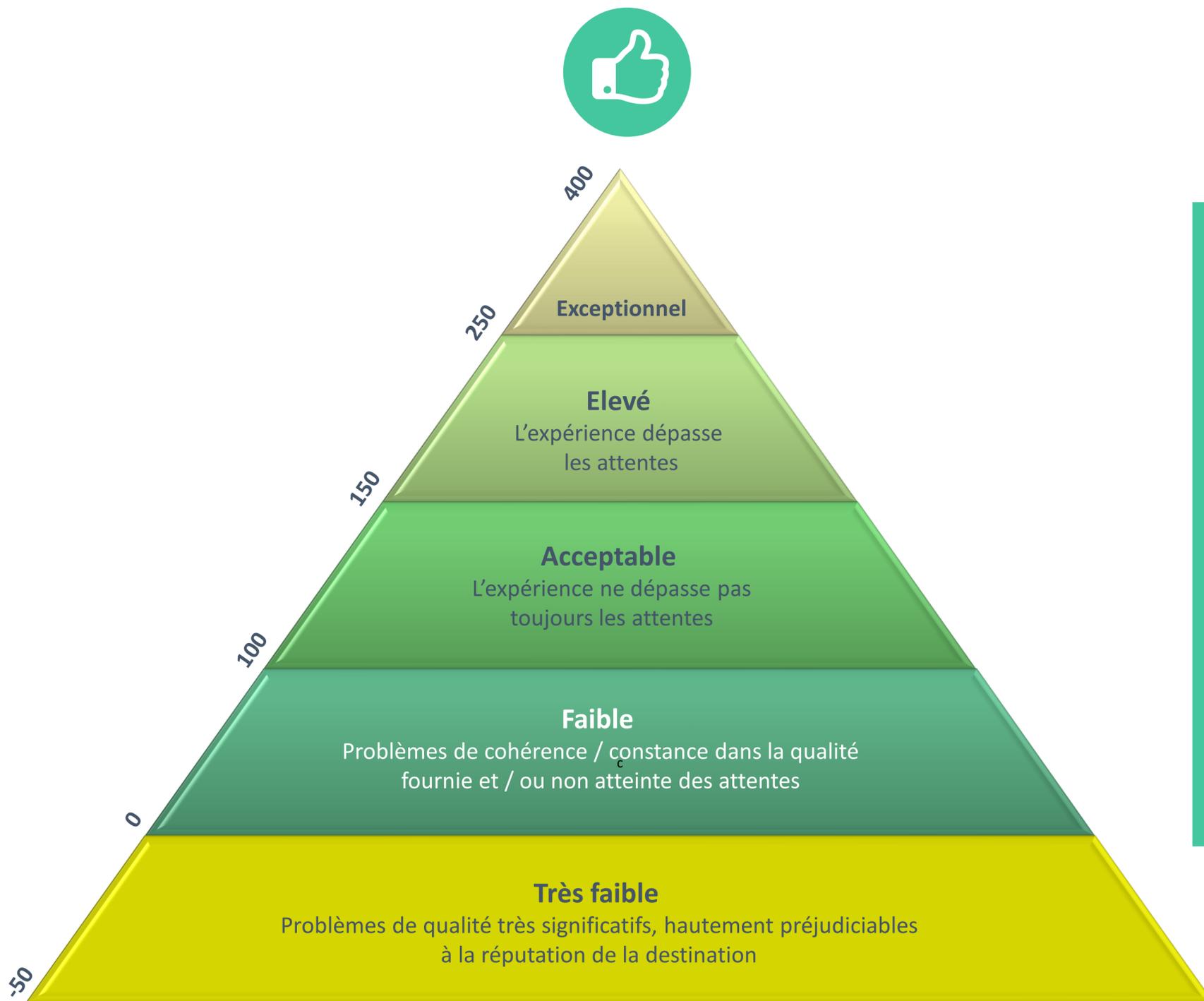
Source : TRAVELSAT© – Destinations françaises, 2022.

L'analyse de corrélation mesure l'intensité de relation entre chacune des thématiques étudiées et la satisfaction globale.

2. Analyse de la compétitivité-qualité en Normandie



Principes et définition



L'indice TRAVELSAT[©] est un score modélisé fondé sur l'opinion des touristes qui évaluent à travers un questionnaire chaque critère de satisfaction sur une échelle de 1 (pas du tout satisfait) à 10 (extrêmement satisfait).

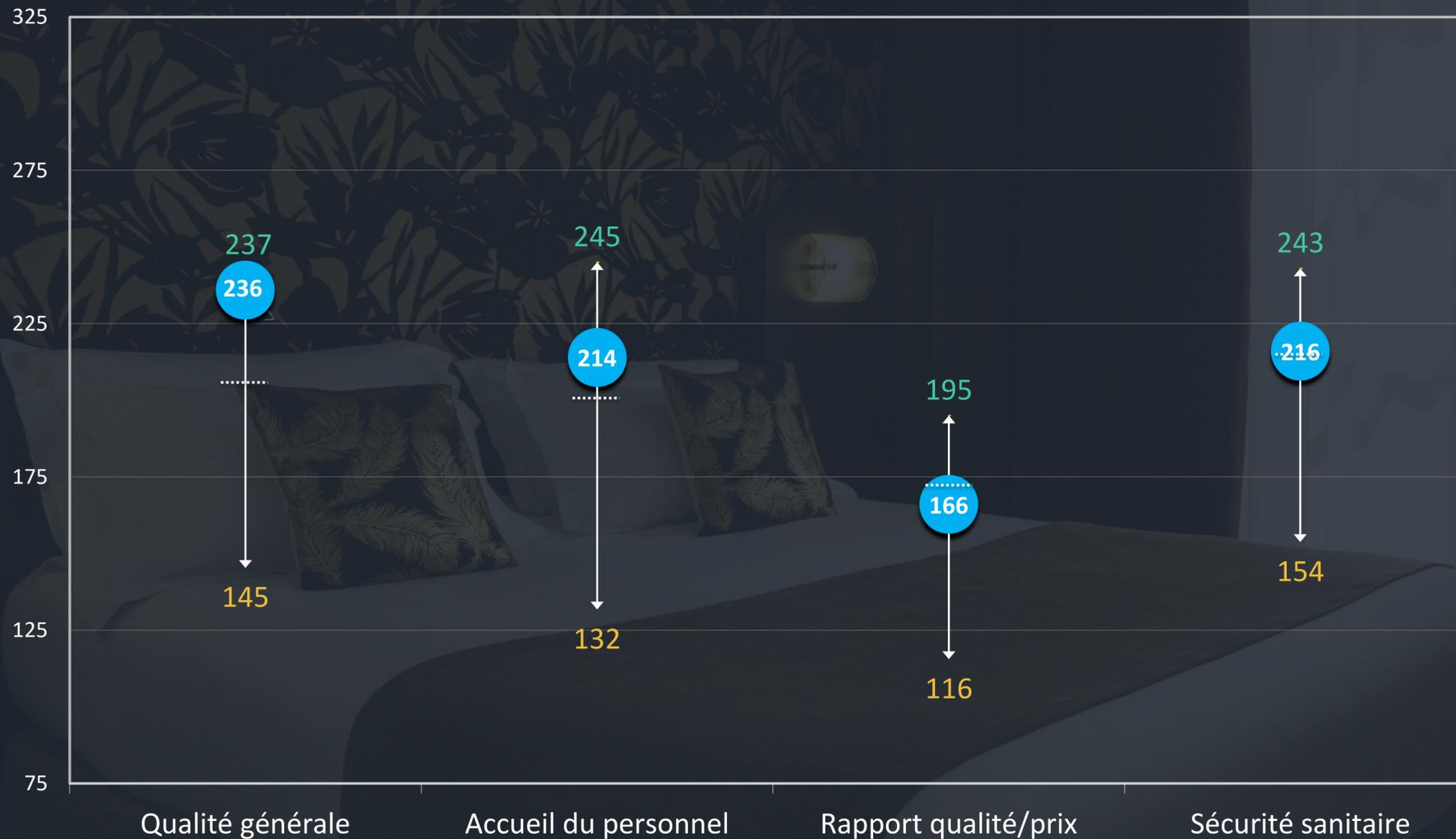
Par rapport à une moyenne arithmétique simple, l'indice valorise plus justement les avis «extrêmes» des touristes très satisfaits (9 ou 10 sur 10) ou au contraire très déçus (1 à 4 sur 10), et dont l'opinion pèse davantage dans la réputation de la destination.

L'indice TRAVELSAT[©] reflète par conséquent la capacité de la destination à satisfaire ses visiteurs sur le critère concerné.

Plus la satisfaction est élevée, plus l'indice est fort. Il est avant tout utilisé comme un indicateur de "benchmark" entre deux populations dont on cherche à comparer le niveau de satisfaction.

LES HEBERGEMENTS

Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante
..... Norme France



- La Normandie propose une **offre d'hébergement très concurrentielle en termes de qualité générale**, avec un indice qui se situe quasiment à la valeur maximale.
- **L'accueil du personnel** est quant à lui en ligne avec la norme, tout comme la perception de **sécurité sanitaire** dans les établissements.
- Cela étant, en dépit d'infrastructures d'hébergement jugées favorablement, le **rapport qualité-prix général se situe légèrement sous la norme (-4 pts)** : des prix pratiqués perçus un peu trop élevés par rapport au niveau des prestations ?

LA RESTAURATION

Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante
..... Norme France

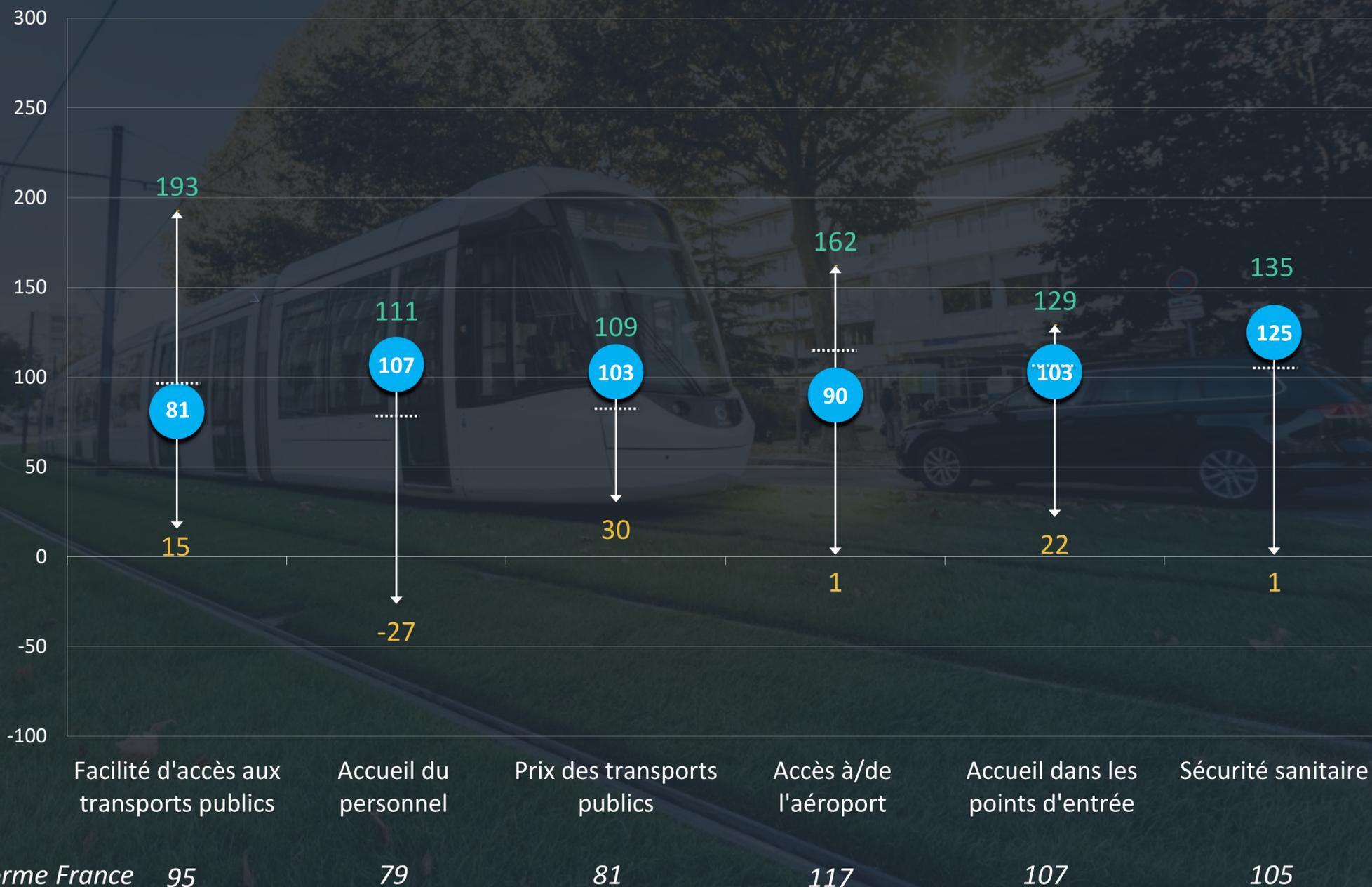


- La **thématique de la restauration fonctionne plutôt bien**, notamment sur la **qualité générale de la cuisine locale** qui affiche un score supérieur à la norme (+ 18 pts). L'accueil du personnel dans les restaurants est bon également. Le **rapport qualité/prix jugé est jugé concurrentiel** (+ 12 pts par rapport à la norme France).
- Un bémol cependant : la **diversité de la cuisine** se situe très légèrement sous la norme (-2 pts) ; sans surprise, c'est Paris-Île-de-France qui atteint la meilleure performance sur ce critère.

LES TRANSPORTS – (1/2)

Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante

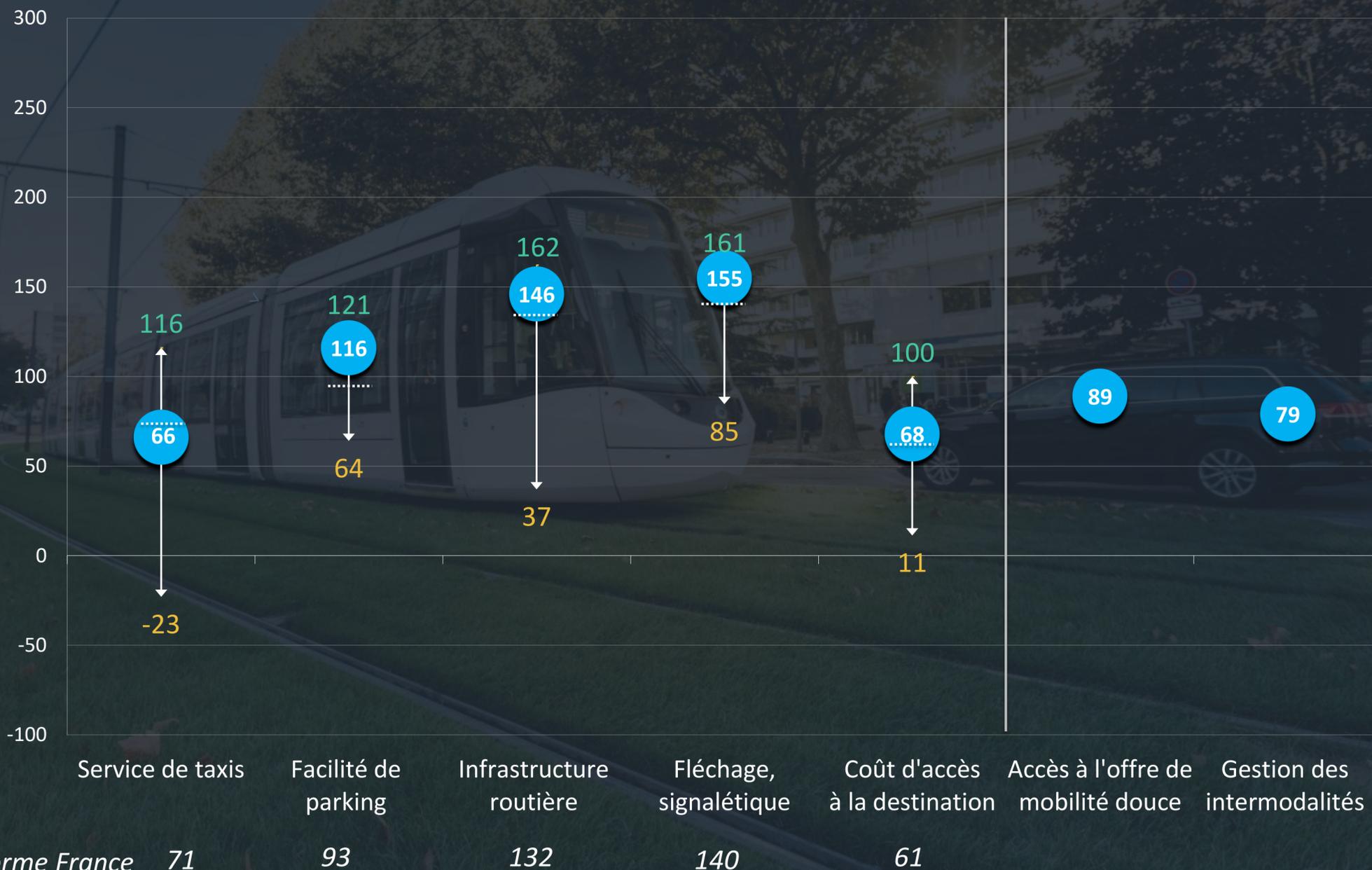
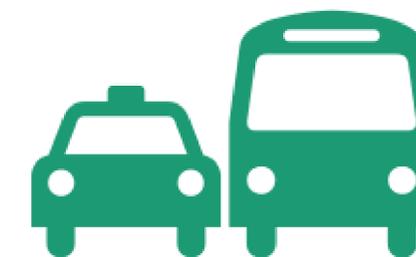
..... Norme France



- A l'exception de l'accueil du personnel dans les transports et la sécurité sanitaire, la **thématique est dominée par la région Paris-Île-de-France**.
- La Normandie se distingue par un **accueil du personnel dans les transports public** mieux évalué qu'ailleurs (+ 28 pts Vs norme France) et **avec des prix pratiqués jugés raisonnables** (+ 22 pts).
- **L'accueil dans les points d'entrée (gare, aéroport...)** est en ligne avec la norme.
- En revanche, **la facilité d'accès aux transports publics** ou encore **l'accès à/de l'aéroport** montrent un déficit en comparaison à la norme (respectivement -14 pts et -27 pts).

LES TRANSPORTS – (2/2)

Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante
..... Norme France

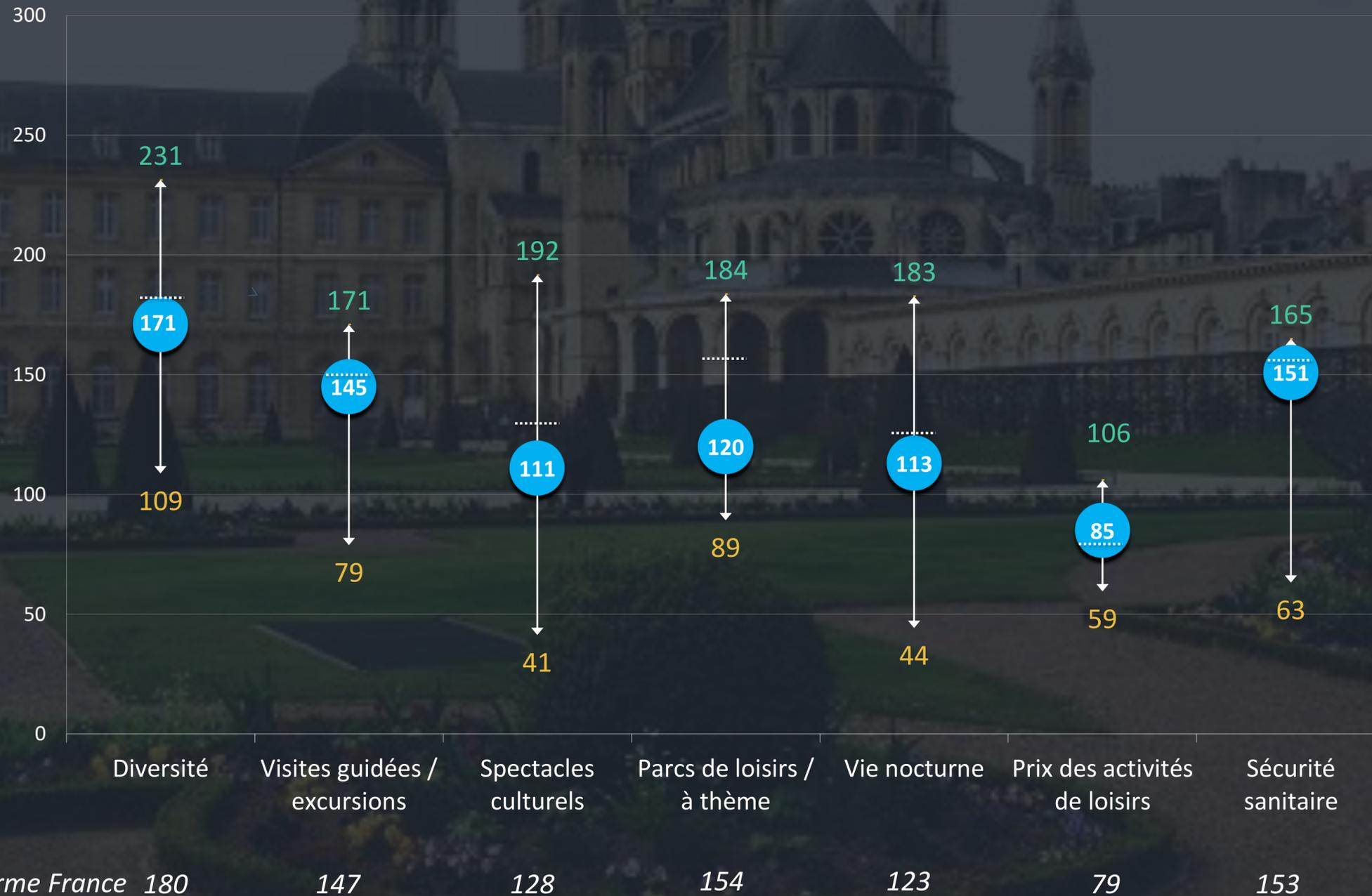


- La Normandie se distingue favorablement en matière de **facilité de parking** ou encore de **signalétique / orientation des visiteurs**, avec des scores très proches des valeurs maximales (détenues par les régions des Hauts-de-France ou des Pays-de-la-Loire).
- Sans égaler la Bretagne, **l'infrastructure routière** est également perçue comme compétitive (+14 pts Vs la norme France).
- Les **services de taxis** ou le **coût d'accès à la destination** se trouvent proches de la norme France, bien que relativement éloignés des scores maximaux détenus par la région Paris Ile de France.
- Les **scores en matière d'accès à une offre de mobilité douce** (vélo, trottinette électrique, marche...) et les **offres d'intermodalités semblent un peu faibles***.

* Pas de benchmark disponible sur ces critères ajoutés spécifiquement en Normandie.

LES ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS

Score de la région la plus performante
 Indice de la région la moins performante
 Norme France

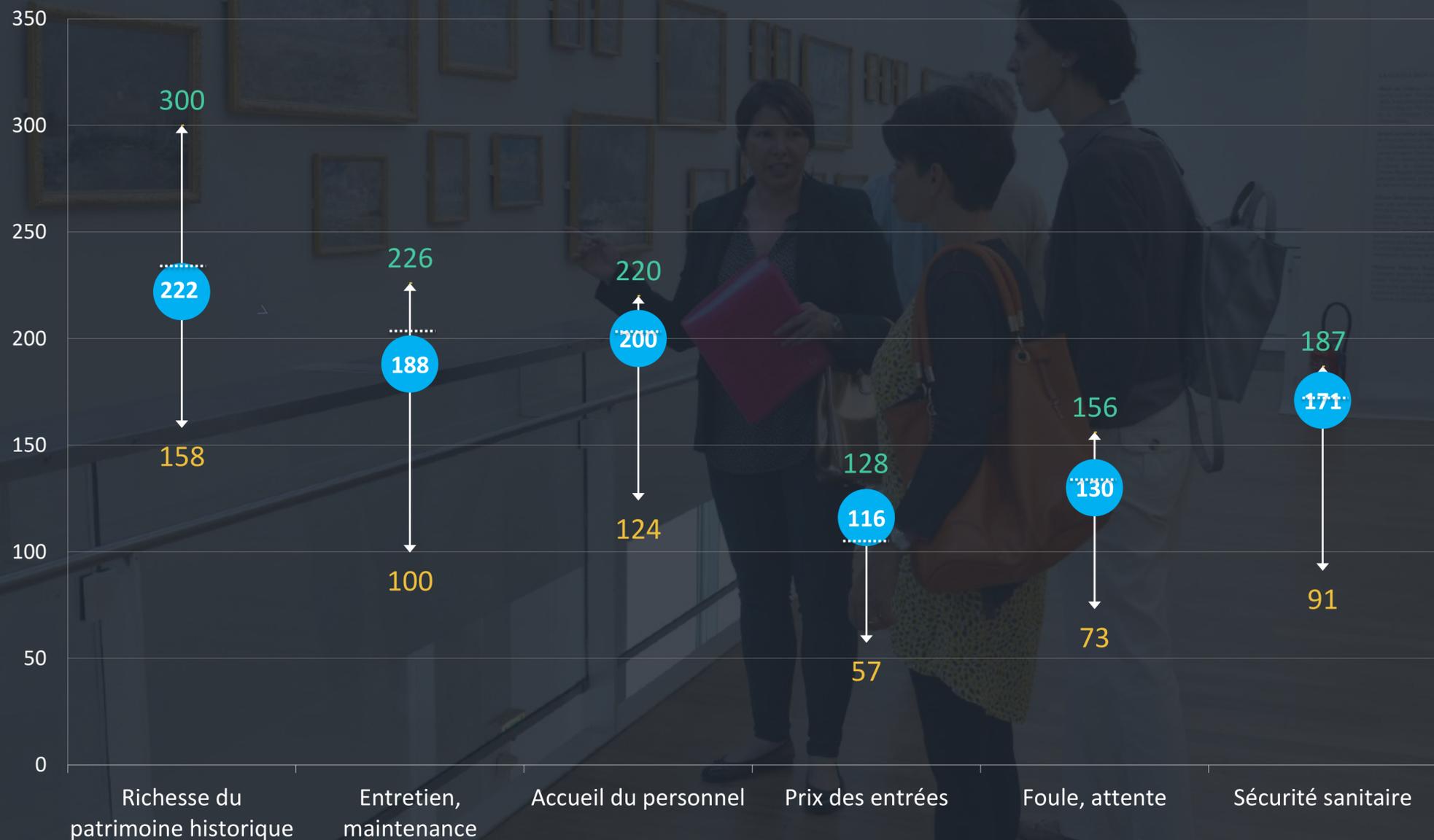


- Une **thématique plutôt défavorable**, avec des scores quelque peu en retrait Vs la norme, s'agissant d'un domaine d'excellence en France.
- Les aspects moins concurrentiels concernent **l'offre de spectacles culturels** (- 17 pts), **les parcs de loisirs/à thème** (- 34 pts), **la vie nocturne** (- 10 pts) ou encore la **variété des activités proposées** (-9 pts).
- Toutefois, soulignons que les **prix pratiqués semblent jugés assez favorablement** (+6 pts Vs la norme).
- Également, les **visites guidées et excursions font jeu égal avec la norme**.

LE PATRIMOINE HISTORIQUE, LES MUSEES

Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante

..... Norme France



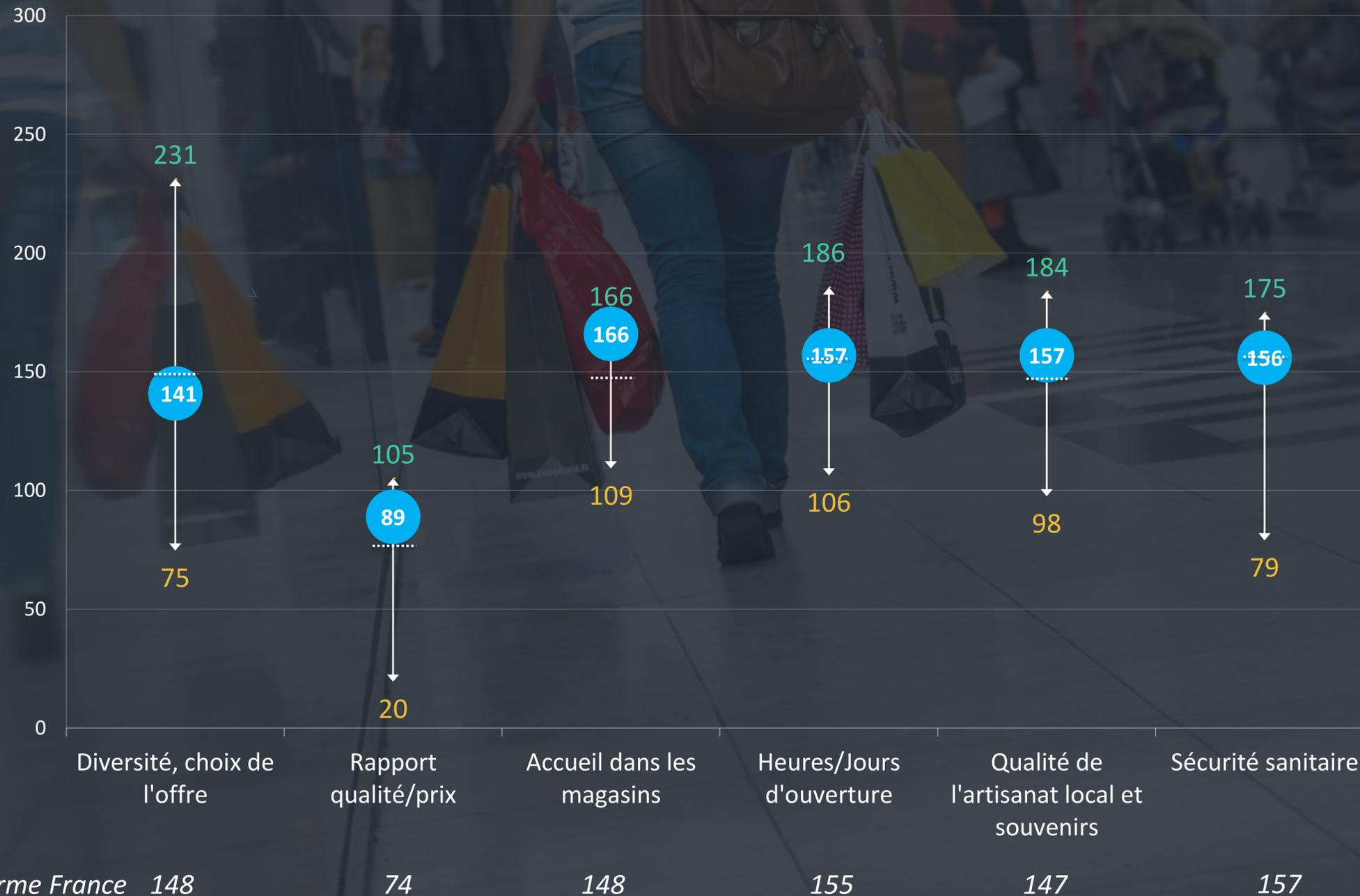
Norme France



- Dans l'ensemble, la Normandie se situe dans la moyenne sur cette thématique, soit une performance plutôt bonne s'agissant également d'un domaine d'excellence français.
- La région tire encore une fois son épingle du jeu en matière de **prix pratiqués** dans les sites et musées (+13 pts Vs la norme).
- La Normandie est en ligne avec la norme France en ce qui concerne **l'accueil du personnel** au sein des sites ou encore en matière de **gestion de la foule, des files d'attente pour assurer une bonne cohabitation entre les visiteurs** (un levier important).
- En revanche, la **compétitivité de la destination est inférieure à la norme en matière de richesse du patrimoine historique** (-10 pts) mais également **d'entretien / mise en valeur** (-15 pts).

LE SHOPPING

Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante
..... Norme France



- La **thématique du shopping** fonctionne bien dans l'ensemble en Normandie.
- En dépit d'un **léger manque de diversité dans l'offre** (- 7 pts Vs la norme France), la destination se distingue favorablement sur le **rapport qualité/prix** (+ 15 pts) et en matière d'**accueil dans les magasins** (+ 18 pts).
- Egalement, la **qualité de l'artisanat local et des souvenirs** est bien évaluée (+ 10 pts), sans pour autant égaler la région Grand-Est qui atteint le score le plus élevé.
- Les **jours / horaires d'ouverture** et le **respect des protocoles sanitaires dans les magasins** sont en ligne avec la norme.

LES CENTRES D'INFORMATION VISITEURS

Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante
..... Norme France



- **L'efficacité du personnel** dans les offices de tourisme **est à souligner**, avec un score de 159, proche de la meilleure performance, de même que la **qualité des services numériques / applications** pour accompagner les visiteurs ; un item sur lequel la destination est concurrentielle... bien que le score absolu soit assez faible, en Normandie comme en France d'une manière générale).
- **Les jours / horaires d'ouverture sont en ligne** avec la norme.
- **Un bémol : le nombre de centres d'information disponibles** est perçu comme faible par rapport à la norme France (-16 pts) : un **maillage territorial insuffisant ?**

L'ENVIRONNEMENT

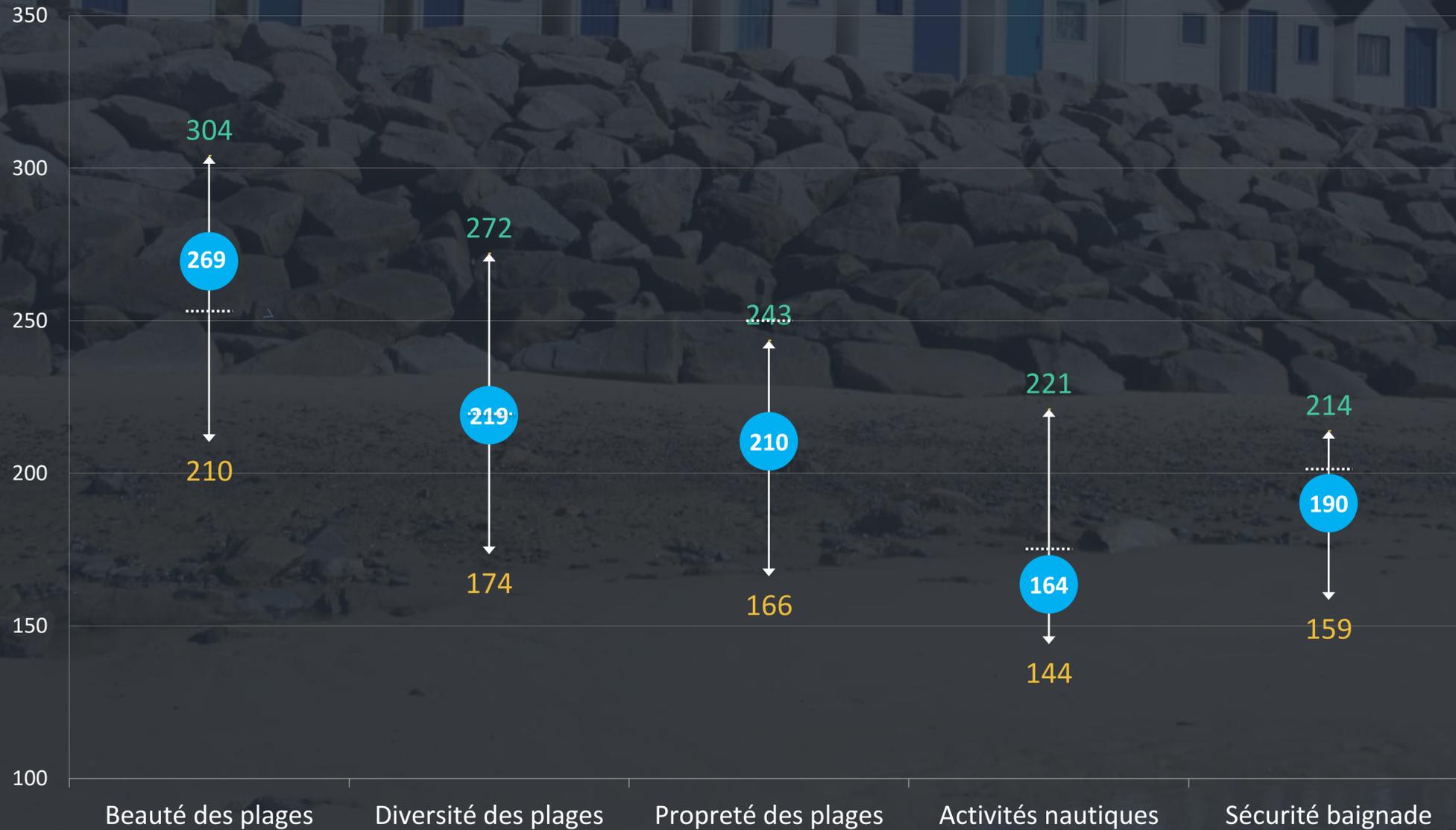
Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante
..... Norme France



- Les **dimensions liées à la perception de l'environnement** sont globalement **performantes**.
- **Beauté des paysages, propreté en ville / en dehors des villes** ou encore **qualité de l'architecture / urbanisation** sont toutes des dimensions concurrentielles, avec toutefois des scores bien en deçà des valeurs maximales observées ; la Bretagne domine la thématique.

LES PLAGES

Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante
..... Norme France



- Une **situation mitigée** pour ce qui concerne l'évaluation des plages :
 - le critère de **beauté des plages est concurrentiel** (+16 pts Vs la norme France),
 - La **diversité et la propreté des plages** atteignent des scores conformes à la norme,
 - En revanche, **l'offre d'activités nautiques ou encore la sécurité de la baignade apparaissent en retrait** (-12 pts sur chacun de ces deux critères).

Norme France 253

218

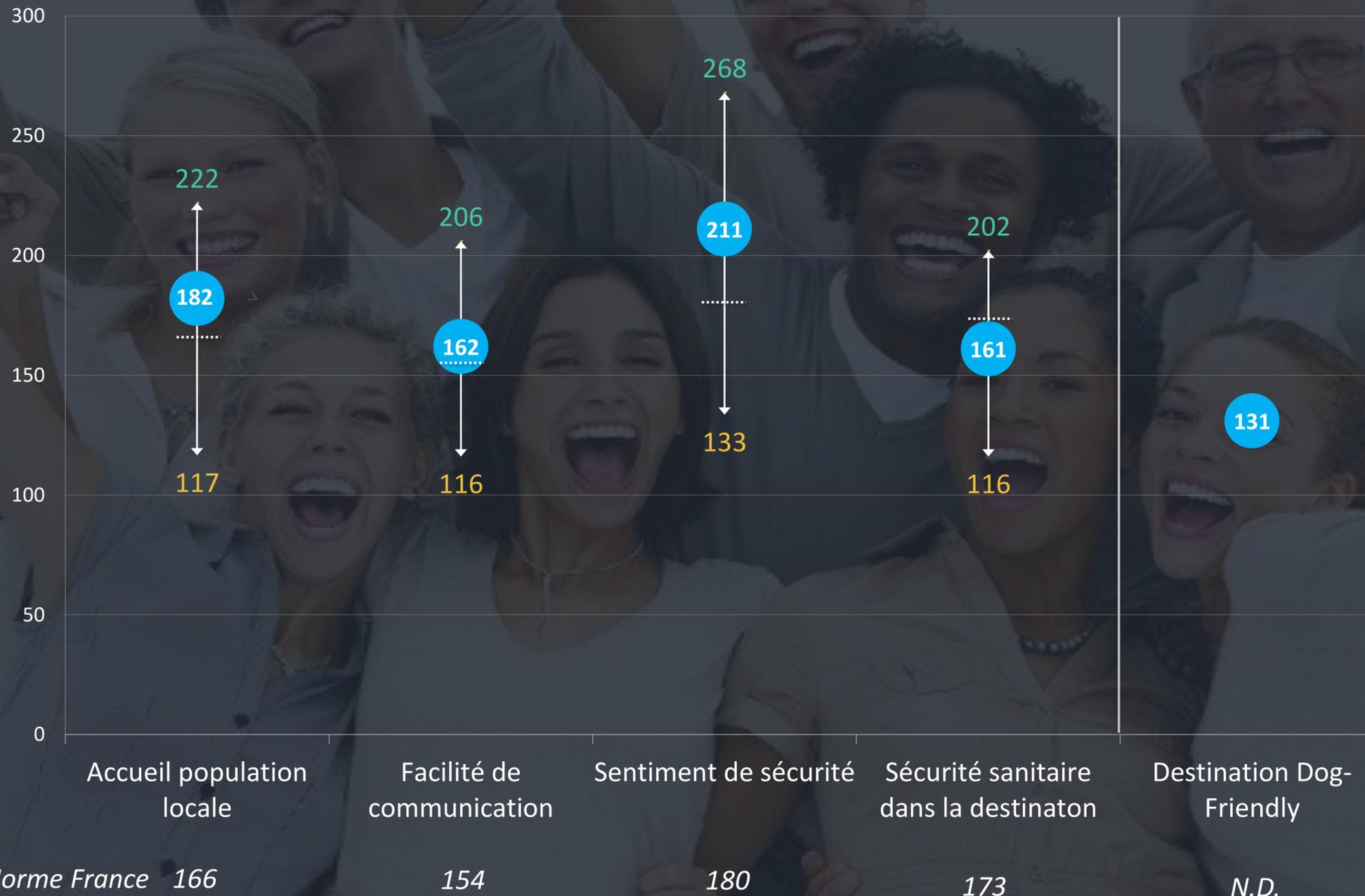
210

176

202

L'ACCUEIL PAR LA POPULATION LOCALE

Score de la région la plus performante
Indice de la région la moins performante
..... Norme France



- Sur un volet de l'expérience dominé par la Bretagne, la Normandie apparaît compétitive, notamment sur le **sentiment de sécurité**, très largement supérieur à la norme (+ 31 pts).
- **L'accueil de la population locale** est également perçu comme positif (+ 16 pts Vs la norme France).
- Le niveau de **sécurité sanitaire générale** perçue dans la destination est en revanche sous la norme (-12 pts).
- L'indice relatif à la **facilité à voyager avec un animal de compagnie** est correct, avec un score de 131*.

* Pas de benchmark disponible sur ce critère ajouté spécifiquement en Normandie.

Norme France 166

154

180

173

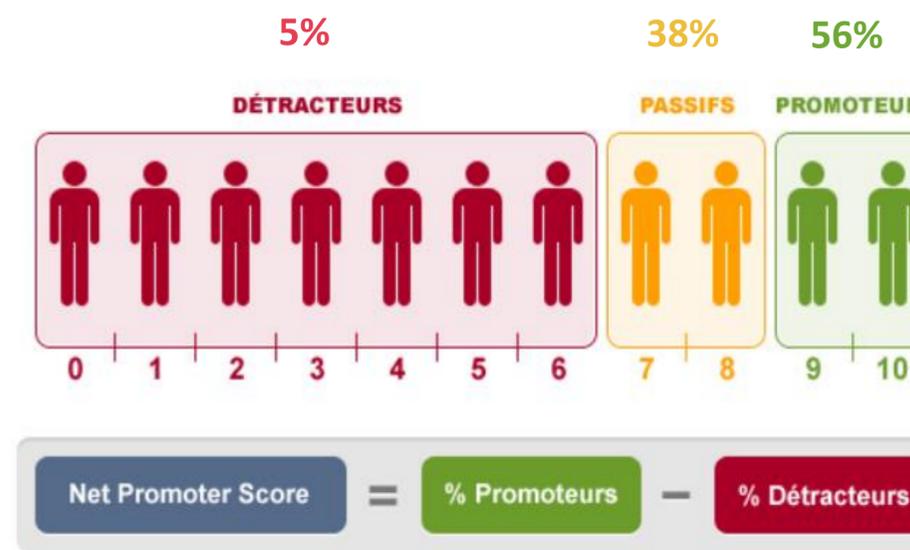
N.D.

« Dog-Friendly » : Facilité à voyager avec votre animal de compagnie. N.D. : Non Disponible.



	Indice de satisfaction globale	Indice de rapport qualité-prix	Intention de Recommandation (NPS)	Intention de Revisite (*)
Normandie (1)	215	155	51	67%
Norme France (2)	203	133	41	65%
Ecart (1)-(2)	+12 points	+ 22 points 	+ 10 points	+ 2 points

MODE DE CALCUL DU NET PROMOTER SCORE (NPS)

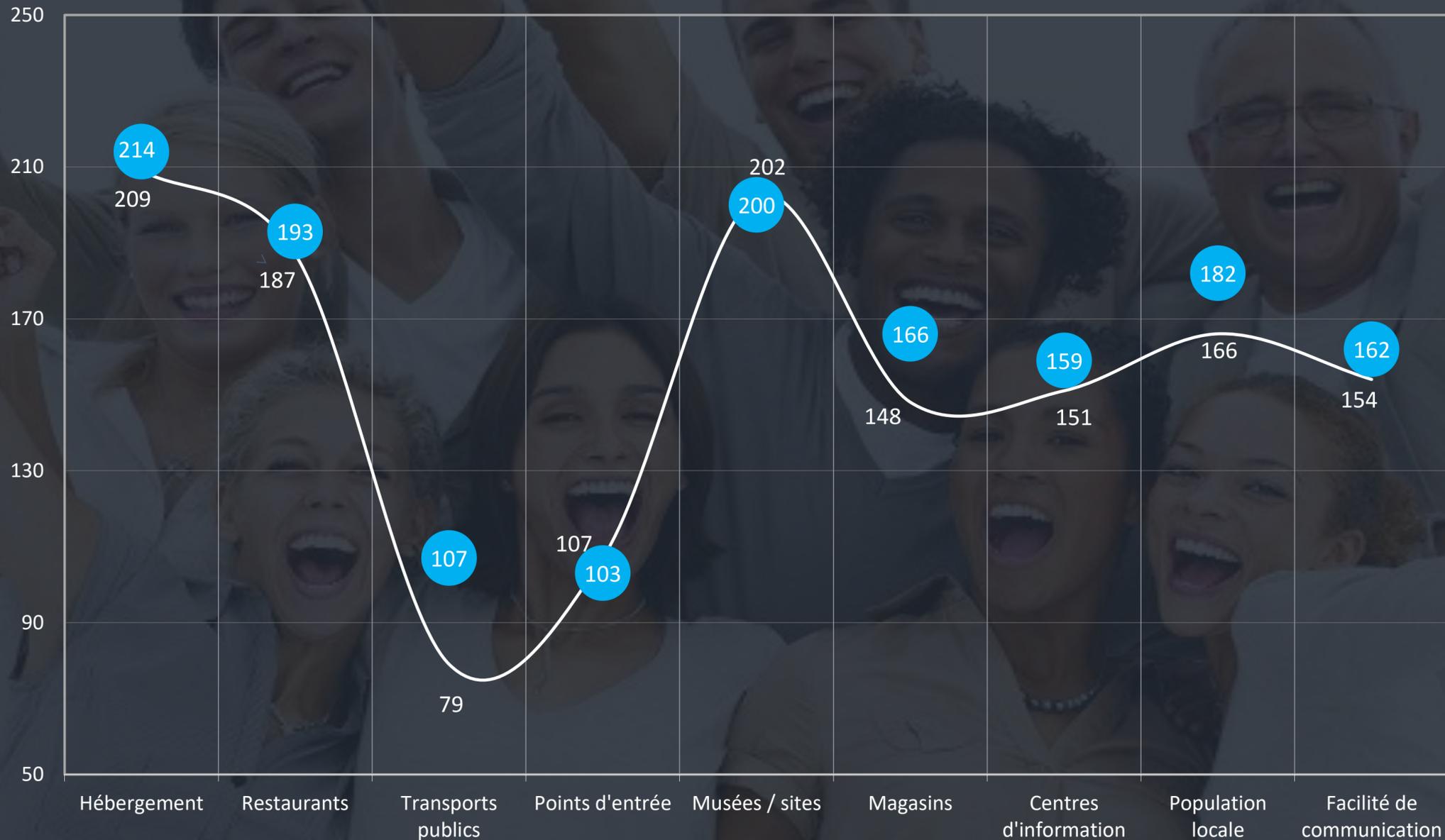


L'indice de satisfaction globale des visiteurs en Normandie s'élève à 215 points : un score supérieur à la norme France (+ 12 pts) ; mais c'est sur le rapport qualité-prix du séjour que l'écart est le plus marqué (+22 pts).

Le NPS, indicateur qui indique la part de visiteurs prêts à recommander la Normandie est bon et s'établit à 50, soit 9 points au dessus de la norme France.

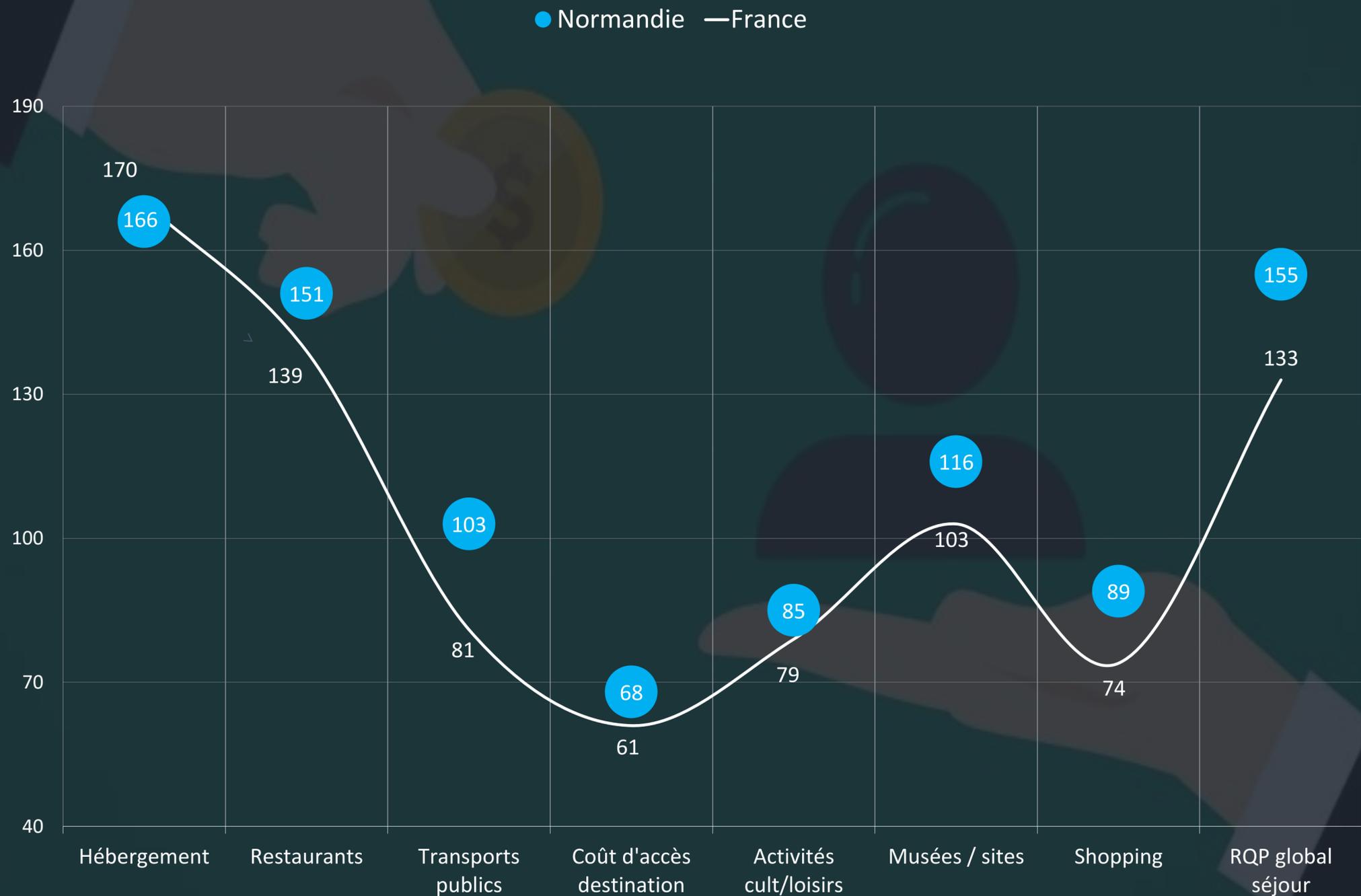
LES CRITÈRES D'ACCUEIL « HUMAIN »

● Normandie — France



- **L'accueil humain par les professionnels du tourisme se situe dans la norme**, sans pour autant la surpasser de manière significative. A l'inverse, l'on observe **pas de faiblesse particulière** dans la chaîne d'accueil.
- C'est dans les **transports publics** et dans les **magasins** que les écarts par rapport à la norme sont **les plus favorables** (respectivement + 28 pts et + 18 pts).
- **L'accueil par la population locale** se situe également au-dessus de la norme (+ 16 pts) : un aspect positif, s'agissant du **levier d'expérience le plus puissant**.

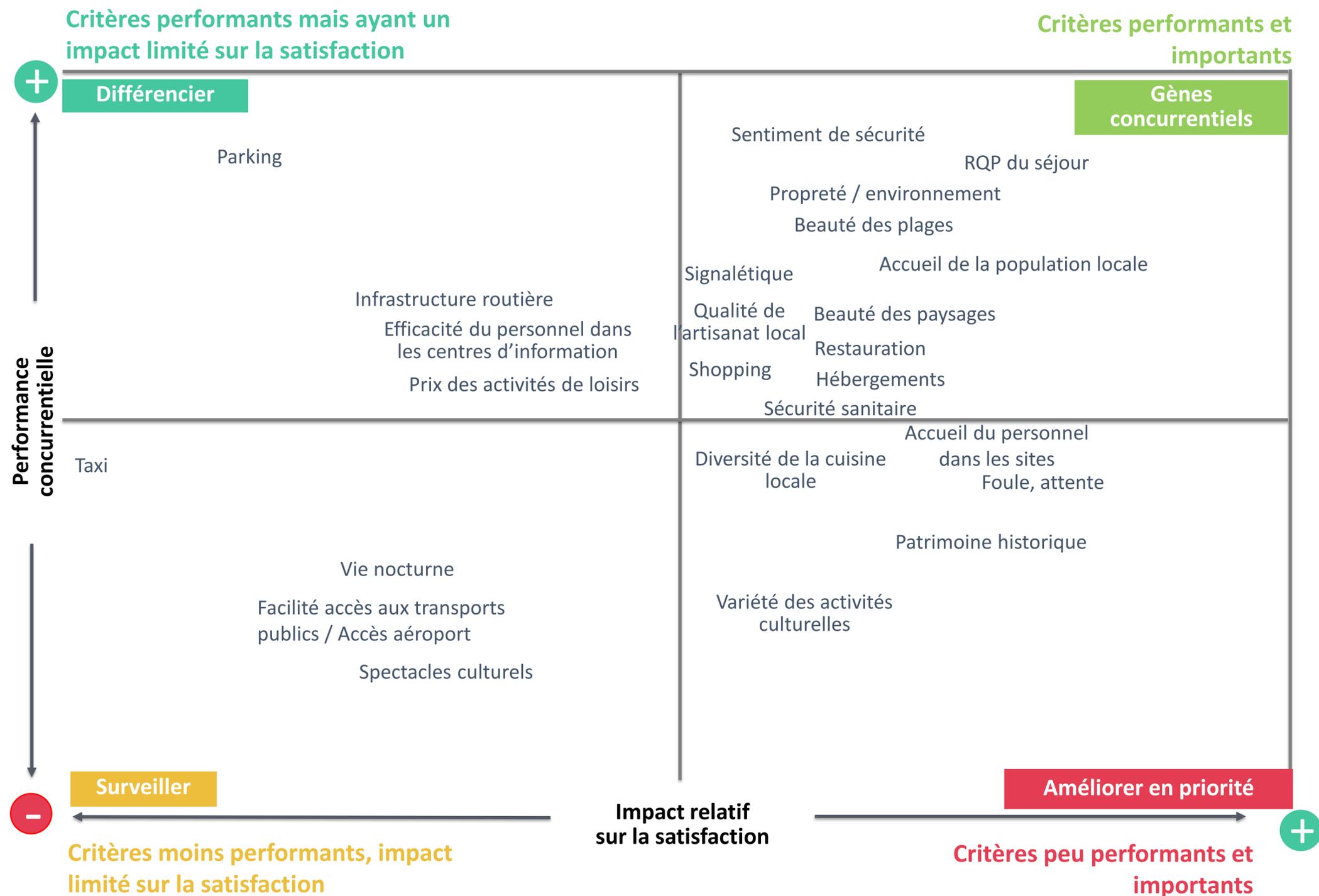
LA PERCEPTION DES PRIX ET RAPPORTS QUALITÉ-PRIX



- Dans l'ensemble, **les rapports qualité/prix perçus sont concurrentiels et performant au-dessus de la norme en Normandie**, notamment dans les restaurants (+12 pts), les transports (+22 pts), les musées/sites (+13 pts) ou encore dans les magasins (+13 pts).
- Pas de faiblesse majeure observée, le **seul bémol concerne le rapport qualité-prix des hébergements** légèrement sous la norme (sans pour autant décrocher, -4 pts).
- Il en résulte un **rapport qualité-prix global du séjour assez nettement au-dessus de la norme (+22 pts)** : un élément favorable, en particulier **dans le contexte économique / inflationniste que l'on connaît** et où la question du pouvoir d'achat se montre particulièrement prégnante.

Bilan Importance / Performance

La Normandie Vs la norme FRANCE



Rapports qualité – prix, accueil humain, diversité de l’offre, durabilité



	Critères de prix / rapport qualité prix (1)	Critères d'accueil humain (2)	Critères de diversité d'offre (3)	Critères de Durabilité (4)
Normandie	117	165	178	159
<i>Norme France</i>	<i>105</i>	<i>161</i>	<i>185</i>	<i>150</i>
Ecart Vs Norme	+ 12 points	+ 4 points	- 7 points	+ 9 points

- **Les rapports qualité/prix** et les critères en lien avec la **durabilité** se montrent concurrentiels en Normandie.
- Les **critères d’accueil humain** sont **globalement en ligne** avec la norme.
- En revanche, les **critères liés à la richesse de l’offre** (restauration, patrimoine, offre culturelle / activités de loisir, shopping) sont **un peu en retrait** : -7 pts en comparaison à la norme.

(1) : Rapport qualité – prix global du séjour, coût d’accès à la destination, RQP de l’hébergement, de la cuisine locale, du shopping, prix des transports publics, activités de loisirs, entrées des sites et des musées
 (2) : Accueil du personnel (hébergement, restaurants, transports publics, aux points d’entrée (aéroports, gares...), magasins, sites, centres d’information), accueil de la population locale, facilité de communication avec la population locale
 (3) : Diversité, choix dans la cuisine locale, diversité de l’offre culturelle et de loisirs, variété de l’offre shopping, richesse du patrimoine historique
 (4) : Accessibilité et prix des transports publics, entretien et valorisation du patrimoine historique, propreté en ville/hors des villes, architecture/urbanisme, accueil par la population locale

3. Analyses par segments

NB : Les analyses qui suivent mesurent la capacité de la Normandie à délivrer à ses visiteurs une expérience meilleure ou moins bonne que la norme France sur le même segment. Ainsi, il ne s'agit pas d'une évaluation du niveau de satisfaction « absolu » du segment mais en relatif, c'est-à-dire tenant compte de la motivation / profil du visiteur.

Les 18-34 ans en séjour en Normandie

Indice satisfaction globale	+ 23 pts
Indice rapport qualité-prix	+ 29 pts

Des **jeunes globalement satisfaits de leur séjour en Normandie** (+ 23 pts en satisfaction globale en comparaison avec la norme). Leur évaluation de la destination est positive sur les aspects de **rapport qualité/prix** (auxquels ils sont généralement sensibles), d'**accueil du personnel** (hébergement, shopping, transports publics) mais également sur des **critères liés à l'environnement** (notamment **la propreté** en ville et en dehors des villes). En revanche, ils se montrent plus critiques sur la **diversité de l'offre** (shopping, patrimoine, parcs à thème / de loisir, offre culturelle) et **certains aspects liés aux transports** (facilité d'accès à/de l'aéroport, les services de taxi) ou encore **les plages** d'une façon générale (y compris la propreté).



HEBERGEMENT

Qualité	+ 46
Accueil	+ 44
Sécurité sanitaire	+ 37



CENTRES D'INFORMATION

Services numériques / apps	+ 45
Jours / heures d'ouverture	- 28
Nbre de points d'information	- 30



ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS

Sécurité sanitaire	+ 58
Spectacles culturels	- 24
Parcs de loisirs / à thème	- 26



TRANSPORT

Sécurité sanitaire	+ 74
Accueil du personnel (transports publics)	+ 26
Infrastructure routière	+ 15
Service de taxi	- 23
Accès à/de l'aéroport	- 26



CUISINE LOCALE

Sécurité sanitaire	+ 68
Qualité	+ 26
Rapport qualité/prix	+ 26



SHOPPING

Sécurité sanitaire	+ 64
Heures/Jours d'ouverture	+ 23
Rapport qualité/prix	+ 19
Accueil	+ 19
Diversité	- 11



PATRIMOINE & MUSEES

Sécurité sanitaire	+ 69
Prix des entrées	+ 36
Diversité	- 13



PLAGES / ACTIVITES NAUTIQUES

Beauté	- 13
Propreté	- 20
Activités nautiques	- 20
Diversité	- 36



ENVIRONNEMENT

Propreté hors villes	+ 36
Propreté des rues en ville	+ 14



POPULATION LOCALE

Sécurité sanitaire globale	+ 29
----------------------------	------

Les 60 ans et plus en séjour en Normandie

Indice satisfaction globale	+ 10 pts
Indice rapport qualité-prix	+ 3 pts

L'expérience vécue en Normandie par les plus âgés est plutôt positive. Ils expriment une grande satisfaction à l'égard de la **sécurité dans la destination** (+ 62 pts Vs la norme !), mais aussi sur l'**accueil de la population locale** et la **facilité de communication** avec les locaux. Également, la quasi-totalité du volet **transport** semble les satisfaire (excepté la facilité d'accès à/de l'aéroport). La **cuisine locale**, le **patrimoine historique**, le **shopping** ou encore l'**environnement** et les **plages** sont appréciés. **Aspects moins satisfaisants** mais important : le **rapport qualité-prix** et l'**accueil dans les hébergements** ; également, les **visites guidées** sont plutôt évaluées sous la norme France.



HEBERGEMENT

Sécurité sanitaire	+ 13
Rapport qualité prix	- 15
Accueil du personnel	- 16



SHOPPING

Sécurité sanitaire	+ 54
Accueil	+ 47
Rapport qualité/prix	+ 32
Heures/Jours d'ouverture	+ 15
Qualité de l'artisanat local	+ 14



CUISINE LOCALE

Qualité	+ 23
Accueil	+ 20
Rapport qualité/prix	+ 18
Sécurité sanitaire	+ 13



PATRIMOINE HISTORIQUE

Prix des entrées	+ 38
Sécurité sanitaire	+ 27
Foule, attente, cohabitation	+ 21
Mise en valeur	+ 14
Accueil	+ 12



ENVIRONNEMENT

Propreté des rues en ville	+ 64
Propreté hors villes	+ 63
Urbanisation, architecture	+ 44
Beauté	+ 12



PLAGES / ACTIVITES NAUTIQUES

Propreté	+ 39
Beauté	+ 32
Sécurité de la baignade	+ 31



ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS

Sécurité sanitaire	+ 34
Vie nocturne	+ 26
Prix des activités de loisirs	+ 25
Visites guidées / excursions	- 17
Parcs de loisirs / à thème	- 19



POPULATION LOCALE

Sentiment de sécurité	+ 62
Accueil de la population	+ 41
Sécurité sanitaire globale	+ 35
Facilité de la communication	+ 19



TRANSPORT

Coûts d'accès de la destination	+ 60
Accueil du personnel (transports publics)	+ 53
Signalétique	+ 44
Facilité de parking	+ 40
Infrastructure routière	+ 39
Sécurité sanitaire	+ 39
Prix des transports publics	+ 37
Taxis	+ 19
Accès à/de l'aéroport	- 68



CENTRES D'INFORMATION

Services numériques / apps	+ 26
Efficacité du personnel	+ 22

Les familles en séjour en Normandie

Le **niveau de satisfaction des familles en Normandie est en ligne avec la norme des familles en France** (satisfaction globale : + 2 pts). Les points concurrentiels de la destination sur ce segment sont : la **qualité des prestations** (hébergements, cuisine, shopping), le **rapport qualité/prix** (un aspect important pour ce segment), **l'accueil dans les points d'entrée de la destination** ou encore **l'infrastructure routière** et le **prix des transports publics**. Néanmoins, elles se montrent plus critiques quant à **l'expérience vécue sur les plages** (propreté, activités nautiques notamment) ou le **nombre de centres d'information visiteurs** ainsi que leurs **horaires d'ouverture**. La **vie nocturne** est également un peu en dessous de la norme (-12 pts).

Indice satisfaction globale	+ 2 pts
Indice rapport qualité-prix	+ 3 pts



HEBERGEMENT

Qualité générale	+ 17
Sécurité sanitaire	+ 12



SHOPPING

Sécurité sanitaire	+ 27
Accueil	+ 19
Rapport qualité/prix	+ 16
Qualité de l'artisanat local	+ 12



CUISINE LOCALE

Sécurité sanitaire	+ 38
Qualité générale	+ 18
Rapport qualité/prix	+ 16
Accueil	+ 11



PATRIMOINE HISTORIQUE

Sécurité sanitaire	+ 27
Prix des entrées	+ 22



PLAGES / ACTIVITES NAUTIQUES

Diversité	- 12
Sécurité de la baignade	- 12
Activités nautiques	- 21
Propreté	- 26



ENVIRONNEMENT

Propreté hors villes	+ 14
Urbanisation, architecture	+ 12



TRANSPORT

Sécurité sanitaire	+ 48
Accueil dans les points d'entrée	+ 35
Infrastructure routière	+ 30
Prix des transports publics	+ 30
Accueil du personnel (transports publics)	+ 24
Signalétique	+ 20
L'accès à/de l'aéroport	+ 14
Facilité de parking	+ 12



CENTRES D'INFORMATION

Services numériques / apps	+ 24
Nbre de points d'information	- 14
Heures / jours d'ouverture	- 28



ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS

Sécurité sanitaire	+ 22
Spectacles culturels	+ 19
Visites guidées / excursions	+ 15
Vie nocturne	- 12

Les visiteurs en séjour sur les « ailes de saison » en Normandie

Ailes de saison : séjours réalisés entre avril et juin ou de septembre à début novembre 2022.

Indice satisfaction globale	+ 14 pts
Indice rapport qualité-prix	+ 26 pts



HEBERGEMENT

Qualité	+ 16
Rapport qualité/prix	- 12



SHOPPING

Rapport qualité/prix	+ 27
Accueil	+ 23
Sécurité sanitaire	+ 18



POPULATION LOCALE

Accueil de la population	+ 32
Sentiment de sécurité	+ 30



PATRIMOINE HISTORIQUE

Sécurité sanitaire	+ 29
Prix des entrées	+ 26
Foule, attente, cohabitation	+ 14
Diversité	- 12
Mise en valeur	- 14



CUISINE LOCALE

Accueil	+ 18
Sécurité sanitaire	+ 18
Qualité générale	+ 16
Rapport qualité/prix	+ 14



ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS

Sécurité sanitaire	+ 21
Vie nocturne	- 16
Spectacles culturels	- 24
Parcs de loisirs / à thème	- 43



PLAGES / ACTIVITES NAUTIQUES

Beauté des plages	+ 52
Propreté	+ 26
Sécurité de la baignade	+ 26
Activités nautiques	+ 20
Diversité	+ 19



TRANSPORT

Sécurité sanitaire	+ 41
Accueil du personnel (transports publics)	+ 38
Prix des transports publics	+ 27
Coûts d'accès de la destination	+ 26
Infrastructure routière	+ 20
Signalétique	+ 19
Facilité de parking	+ 17
Facilité d'accès aux transports publics	- 16
L'accès à / de l'aéroport	- 23



ENVIRONNEMENT

Propreté des rues en ville	+ 37
Propreté hors villes	+ 37
Urbanisation, architecture	+ 21



CENTRES D'INFORMATION

Services numériques / apps	+ 28
Efficacité du personnel	+ 20

Des visiteurs sur les ailes de saison qui se montrent satisfaits de leur séjour par rapport à la norme. L'expérience est portée par l'accueil de la population locale et le sentiment de sécurité, la propreté en ville et en dehors, le prix des entrées dans les sites et musées, l'expérience culinaire dans son ensemble ainsi que l'expérience shopping. La beauté des plages, leur propreté, la sécurité de la baignade sont aussi mieux évaluées qu'ailleurs. En revanche, les visiteurs jugent moins favorablement la vie nocturne, la richesse du patrimoine historique ou la qualité des spectacles culturels, ou encore l'accès aux transports.

Les visiteurs en séjour **en période estivale** en Normandie

Haute-saison : séjours réalisés sur juillet et août 2022

En haute saison, l'expérience vécue par les visiteurs est tout juste en ligne avec la norme France. Les atouts se trouvent dans le **prix des billets d'entrées dans les sites et musées**, le **prix des activités de loisirs**, le **coût d'accès à la destination** : des rapports qualité-prix favorables en pleine saison, **en dehors des hébergements qui sous performent** un peu en comparaison avec la norme. L'expérience shopping est également perçue comme favorable, notamment la **qualité de l'artisanat local**. Les aspects moins concurrentiels concernent **les plages et en particulier leur diversité**, les **activités nautiques** ou leur **propreté**. Les **heures d'ouverture des offices de tourisme** ainsi que leur **nombre** dans la destination sont aussi en retrait par rapport à la norme, de même que la **vie nocturne** qui apparaît comme une faiblesse assez transversale.

Indice satisfaction globale	- 3 pts
Indice rapport qualité-prix	- 1 pt



HEBERGEMENT

Rapport qualité/prix	- 11
----------------------	------



SHOPPING

Qualité de l'artisanat local	+ 15
Sécurité sanitaire	+ 13
Rapport qualité/prix	+ 12
Accueil	+ 11



PATRIMOINE HISTORIQUE

Prix des entrées	+ 25
Sécurité sanitaire	+ 15



CUISINE LOCALE

Sécurité sanitaire	+ 16
--------------------	------



ENVIRONNEMENT

Propreté hors villes	+ 13
----------------------	------



PLAGES / ACTIVITES NAUTIQUES

Beauté	- 17
Sécurité de la baignade	- 29
Propreté	- 31
Activités nautiques	- 37
Diversité	- 41



TRANSPORT

Coûts d'accès de la destination	+ 24
Infrastructure routière	+ 23
Accueil dans les points d'entrée	+ 19
Sécurité sanitaire	+ 16
Signalétique	+ 13
Facilité de parking	+ 12
Facilité d'accès aux transports publics	- 17



CENTRES D'INFORMATION

Heures/Jours d'ouverture	- 18
Nbre de points d'information	- 26



ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS

Prix des activités de loisirs	+ 15
Vie nocturne	- 12
Parcs de loisirs / à thème	- 14

Les visiteurs Français en séjour en Normandie

L'expérience de séjour en Normandie est très positive pour les visiteurs Français (indice de satisfaction globale : + 28 pts vs norme France). La compétitivité de la destination sur ce segment repose en particulier sur les **rapports qualité/prix**, avec des prix pratiqués jugés positivement par rapport à la norme sur les différentes étapes du parcours visiteurs. **L'accueil de la population locale** tout comme **la sécurité dans la destination** sont aussi des atouts. A l'inverse, la **richesse/diversité du patrimoine** et **sa mise en valeur** semblent moins concurrentielles que d'autres destinations, de même que la **vie nocturne** dans la destination ou encore les **activités nautiques** et la **sécurité de la baignade**.

Indice satisfaction globale	+ 28 pts
Indice rapport qualité-prix	+ 56 pts



HEBERGEMENT

Qualité	+ 62
Rapport qualité/prix	+ 51
Accueil	+ 29



PATRIMOINE HISTORIQUE

Prix des entrées	+ 38
Mise en valeur/entretien	- 18
Richesse, diversité	- 21
Sécurité sanitaire	- 24



ENVIRONNEMENT

Propreté hors villes	+ 72
Propreté des rues en ville	+ 64
Urbanisation, architecture	+ 45
Beauté des paysages	+ 37



TRANSPORT

Signalétique	+ 56
Facilité de parking	+ 54
Infrastructure routière	+ 43
Accueil du personnel (transports publics)	+ 38
Prix des transports	+ 32
Accueil dans les points d'entrée	+ 28
Coûts d'accès de la destination	+ 26
Facilité d'accès aux transports publics	- 47



CENTRES D'INFORMATION

Efficacité du personnel	+ 48
Heures/jours d'ouverture	+ 31



PLAGES / ACTIVITES NAUTIQUES

Activités nautiques	- 19
Sécurité de la baignade	- 31



SHOPPING

Rapport qualité/prix	+ 55
Accueil	+ 51
Qualité de l'artisanat local	+ 47
Sécurité sanitaire	- 58



CUISINE LOCALE

Rapport qualité/prix	+ 81
Qualité	+ 42
Accueil	+ 39
Diversité	+ 27
Sécurité sanitaire	- 32



POPULATION LOCALE

Sentiment de sécurité	+ 68
Accueil de la population	+ 50
Facilité de communication	+ 41
Sécurité sanitaire globale	- 29



ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS

Visites guidées/excursions	+ 27
Sécurité sanitaire	- 38
Vie nocturne	- 40

Les visiteurs internationaux en séjour en Normandie

Indice satisfaction globale	- 27 pts
Indice rapport qualité-prix	- 23 pts

Des visiteurs internationaux assez critiques sur leur expérience en Normandie. Plusieurs faiblesses sont probablement plus « pénalisantes » pour les clientèles étrangères : l'offre de patrimoine jugée un peu juste, l'offre d'activités culturelles, la facilité d'accès à une offre de transports, le manque de vie nocturne... ; ils semblent aussi éprouver davantage de difficultés à échanger avec les locaux (-36 points).



HEBERGEMENT

Accueil	- 31
Rapport qualité/prix	- 36
Sécurité sanitaire	- 61



PATRIMOINE HISTORIQUE

Sécurité sanitaire	- 43
Foule, attente, cohabitation	- 47
Accueil	- 47
Mise en valeur / entretien	- 75
Diversité	- 87



ENVIRONNEMENT

Beauté des paysages	- 45
---------------------	------



TRANSPORT

Accueil dans les points d'entrée	- 30
Prix des transports publics	- 32
Taxis	- 35
L'accès à/de l'aéroport	- 35
Facilité d'accès aux transports publics	- 89



SHOPPING

Heures/Jours d'ouverture	+ 15
Sécurité sanitaire	- 43



POPULATION LOCALE

Sentiment de sécurité	- 35
Facilité de communication	- 36
Sécurité sanitaire globale	- 56



PLAGES / ACTIVITES NAUTIQUES

Beauté	+ 31
--------	------



ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS

Spectacles culturels	- 37
Sécurité sanitaire	- 47
Vie nocturne	- 76



CENTRES D'INFORMATION

Nbre de points d'information	- 40
------------------------------	------

4. A retenir !



Les domaines concurrentiels en Normandie...

La Normandie dispose de **plusieurs atouts** lui permettant de se distinguer favorablement :

- Elle apparaît très compétitive sur le **sentiment de sécurité** perçu dans la destination, avec un score nettement supérieur à la norme (+ 31 pts). Un bon point, s'agissant d'un fort levier de l'expérience (3^{ème} facteur moteur).
- **L'accueil humain** est bon dans l'ensemble : **l'accueil de la population locale** est perçu comme concurrentiel (+ 16 pts Vs la norme France), mais également **l'accueil par les professionnels du tourisme**. Ce dernier se montre **homogène** sur les différents verticaux (pas de faiblesse particulière observée). Les scores sont notamment concurrentiels dans les **transports publics**, dans les **magasins** (respectivement + 28 pts et + 18 pts), de même que dans les **offices de tourisme** (le critère d'efficacité du personnel atteint un score de 159, proche de la meilleure performance).
- La destination performe bien en matière de **rapport qualité-prix du séjour** (+22 points Vs la norme) et **l'équilibre prix pratiqué / qualité offerte** est bon dans l'ensemble, notamment dans les restaurants (+12 pts), les transports publics (+22 pts), les musées/sites (+13 pts) ou encore dans les magasins (+13 pts). Des prix pratiqués jugés raisonnables (à l'exception peut-être des hébergements) : un point positif, notamment pour **adresser certains segments habituellement sensibles** comme les familles, les jeunes... et surtout dans un contexte général où **la question du pouvoir d'achat** est au cœur des préoccupations.



Château d'Ô, Orne

Les domaines concurrentiels en Normandie (suite)...

- La destination se démarque aussi grâce à une **offre qualitative sur les fondamentaux** : la **qualité générale des hébergements et la qualité de la cuisine locale** dans les restaurants, avec des scores qui surpassent nettement la norme (respectivement +22 et +18 points).
- La thématique du **shopping fonctionne bien** : en dépit d'un léger manque de diversité perçu dans l'offre (- 7 pts Vs la norme France), **la destination se distingue favorablement sur le rapport qualité/prix (+ 15 pts)** et en matière **d'accueil dans les magasins (+ 18 pts)**. La **qualité de l'artisanat local** et des souvenirs est aussi bien évaluée (+ 10 pts).
- Les **critères de propreté** (en ville ou en dehors des villes) sont bien évalués (resp. +24 et +22 pts Vs norme) ; un aspect favorable dans le contexte sanitaire qui a tendance à cristalliser l'opinion sur les questions d'hygiène. D'ailleurs, la **sécurité sanitaire perçue est bonne dans les sites culturels, de patrimoine et de loisir**.
- **Autres aspects** bien évalués dans la destination : **l'infrastructure routière, la facilité de parking, la signalétique... autant de facteurs qui rendent un séjour facile**. Également, **l'architecture générale** et le niveau de maîtrise de **l'urbanisation** sont bien évalués.



Rouen, Seine-Maritime

© Crédit photo : JB/76actu/illustration

Les points de faiblesse à corriger ...

La destination affiche aussi **quelques faiblesses concurrentielles** :

- Les critères liés à la **variété de l'offre manquent de compétitivité** : c'est notamment le cas pour ce qui concerne la **variété de la cuisine locale**, la **diversité de l'offre culturelle et de loisirs**, la richesse du **patrimoine historique**, les **activités nautiques...** Un aspect à travailler par **une offre et une programmation plus nourries, y compris sur les ailes de saison**, pour **dynamiser la destination...** et **inciter à la revisite** : un aspect clef de fidélisation (il faut toujours avoir une bonne raison de venir !). Plusieurs **leviers peuvent être activés** à cet effet :
 - **Bien communiquer sur l'existant** en améliorant la **connaissance de l'offre locale** : en lien avec les OT (d'ailleurs, la Normandie pourra s'appuyer sur l'efficacité reconnue de son personnel !) et **mettre en avant une offre culturelle et de loisirs** fréquemment renouvelée, en créant / multipliant les événements... C'est aussi derrière un enjeu pour renouveler les occasions de revisite, sur des territoires variés pour jouer les synergies et la richesse de l'expérience vécue.
 - Cela peut aussi passer par une **plus grande amplitude horaire pour les ouvertures de magasins et centres d'information visiteurs** (tout juste en ligne avec la norme en Normandie) en adéquation avec le rythme des visiteurs. Cela permettra non seulement **d'optimiser les flux de visiteurs** et d'améliorer la **perception de foule / cohabitation qui fait un peu défaut dans la destination**, dans un contexte où les seuils de tolérance au monde se sont considérablement abaissés avec la crise du Covid-19.



Crédit photo : Cathédrale et Musée d'Evreux © F.Duval
Le Comptoir des Loisirs d'Evreux

Les points de faiblesse à corriger ...

- La **facilité d'accès aux transports publics** ou encore **l'accès à/de l'aéroport** sont en retrait en comparaison à la norme (respectivement -14 pts et -27 pts) : des aspects à considérer, les **solutions de mobilité** étant centrales dans le contexte d'augmentation des prix des carburants et d'engagement de la plupart des destinations envers un tourisme responsable en matière d'émissions carbone. D'ailleurs, les **scores en matière d'accès à une offre de mobilité douce** (vélo, trottinette électrique, marche...) et les **offres d'intermodalités** semblent un peu faibles dans l'absolu (score de respectivement 89 et 79) : des sujets à continuer à travailler !
- Une évaluation de la **vie nocturne** un peu sous la norme (- 10 pts) : un moment de la journée à dynamiser pour **varier / étaler les moments de consommation touristique**. C'est aussi une opportunité pour attirer un **public jeune** et mieux satisfaire les clientèles, **internationales** notamment ou encore celles à **dominante culturelle** qui viennent en court séjour. Cela peut passer par le **relais des animations / événements en soirée** aussi bien dans les points d'information visiteurs physiques (OT) que digitaux (applications pour smartphones). Cela peut aussi passer par de nouvelles prestations / produits touristiques adaptés à chaque segment visé. La Normandie est une destination perçue comme sûre, dans laquelle il est facile de se déplacer en voiture (parking...), **deux avantages déterminants pour inciter les visiteurs à sortir en soirée !**



Château Gaillard, Les Andelys, Eure
© Crédit photo : Sime / Photononstop

Les points de faiblesse à corriger ...

- Le **rapport qualité-prix des hébergements est un peu faible** (légèrement en deçà de la norme). Pourtant, la qualité générale des hébergements surpasse la norme : un problème de **prix pratiqués** ?
- Le **nombre de centres d'information disponibles est peu concurrentiel** (-16 pts) : un **maillage territorial** insuffisant ou des **zones moins bien couvertes** dans l'ensemble régional ?
- L'on pourrait aussi attendre **davantage d'homogénéité** dans les résultats selon les segments de visiteurs :
 - **Moins d'amplitude pour une expérience favorable sur les ailes de saison mais aussi en période estivale** : la compétitivité est moindre dans l'ensemble durant l'été (la vie nocturne même en période estivale sous-performe ; de même, les activités nautiques affichent un décalage défavorable)
 - Également, si les visiteurs français se montrent très satisfaits de leur séjour (le levier des prix pratiqués jugés raisonnables et du rapport qualité-prix général du séjour est généralement important pour le marché domestique), les **visiteurs internationaux se montrent quant à eux plus critiques**. Plusieurs **faiblesses sont probablement plus « pénalisantes » pour les clientèles étrangères** : l'offre de **patrimoine** jugée un peu juste, l'offre **d'activités culturelles**, la facilité d'accès à une offre de transports, le manque de **vie nocturne...** ; ils semblent aussi éprouver **davantage de difficultés à échanger avec les locaux** (-36 points).



Nez de Jobourg, Cap de la Hague (Manche)
© Crédit photo : G. Cassiau - les-escapades.fr

Quelques raisons de travailler avec nous...

A PROPOS DE TCI RESEARCH

Nous sommes leader dans la mesure de la compétitivité des destinations et 100% dédié au secteur du tourisme.

Notre point de vue est résolument international.

Nos méthodologies sont endossées et primées par les organisations majeures du tourisme international.

Nous associons les enquêtes traditionnelles avec une analyse maîtrisée de la Big Data pour des études plus riches.

Des tableaux de bord en temps réel à l'analyse des tendances de long terme, le périmètre et les données dont votre destination a besoin !



- SATISFACTION DES CLIENTELES
- E-REPUTATION DES DESTINATIONS
- SENTIMENT DES RESIDENTS
- ANALYSE DES DEPENSES
- TENDANCES SECTORIELLES

www.tci-research.com

request@tci-research.com