



Analyse concurrentielle de la qualité de l'expérience en Centre-Val de Loire

TRAVELSAT© COMPETITIVE INDEX - INTERVENTION DU 14 MARS 2025.



emeunier@tci-research.com



AGENDA

EVALUER LA QUALITÉ D'EXPÉRIENCE DES VISITEURS EN CENTRE-VAL DE LOIRE

1

Introduction

MÉTHODOLOGIE, ECHANTILLONNAGE

2

Satisfaction détaillée

QUALITÉ DE L'EXPÉRIENCE PAR THÉMATIQUE,
INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

3

Synthèse & conclusions

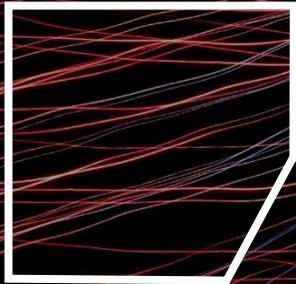
FAITS MARQUANTS, À RETENIR !

4

Échanges

VOS QUESTIONS, TÉMOIGNAGES





TRAVELSAT[®] Competitive Index

MÉTHODOLOGIE ET ÉCHANTILLONNAGE

L'étude de référence mondiale

SOLUTION DE BENCHMARKING DE L'EXPÉRIENCE VISITEURS



L'étude de référence mondiale et indépendante

Endossée et utilisée par les autorités du tourisme (UNWTO, ETC, ECM, Atout France) et de nombreuses destinations touristiques nationales, régionales et locales.



La confiance de plus de 100 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!

Critères qui influencent le plus l'expérience des visiteurs :



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 100 destinations et acteurs du tourisme dans le monde utilisent TRAVELSAT® Index avec succès, en faisant la plus grande plateforme de benchmarking !

Le référentiel TRAVELSAT[®] Index

60+ CRITÈRES DE COMPÉTITIVITÉ COUVRANT L'ENSEMBLE DU PARCOURS VISITEUR

Expérience globale (KPI)

- Satisfaction globale à l'égard du séjour
- Intention de recommandation (NPS)
- Intention de revisite
- Rapport qualité-prix du séjour

Expérience des hébergements

- Qualité générale
- Accueil du personnel
- Rapport qualité – prix

Expérience de la restauration

- Qualité générale de la cuisine locale
- Diversité de la cuisine locale
- Accueil par le personnel
- Rapport qualité – prix

Expérience des transports

- Coût des transports pour rejoindre la destination
- Facilité d'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 / Facilité à trouver son chemin

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...)

Shopping

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

Patrimoine historique (musées, monuments...)

- Richesse et diversité du patrimoine historique et des musées
- Entretien et valorisation 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

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

Accueil de la population et sentiment de sécurité

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

Analyses transversales (moyenne des critères concernés)

- Accueil humain
- Prix et rapport qualité - prix

Méthodologie

COMMENT LES DONNÉES ONT-ELLES ÉTÉ COLLECTÉES ?

Des recrutements opérés dans les marchés sources

- **Vagues trimestrielles** permettant d'identifier des voyageurs français et internationaux 3 derniers mois à partir d'échantillons nationaux représentatifs sur Access Panel online, 25+ marchés. Les répondants éligibles pour l'enquête remplissent un questionnaire standard post-visite qui alimente la base de données TRAVELSAT© Index → **438 enquêtes** proviennent de cette source.

Recrutements opérés par le CRT et ses partenaires ADT et Offices de Tourisme

- Collecte de contacts opt-in par les offices de tourisme mobilisés dans le cadre de l'étude par différents modes (au sein des offices de tourisme, à travers la réalisation de vacations, la mise en place de QR Codes...). L'interrogation a lieu en situation post-séjour, une fois l'ensemble de l'expérience vécue par les visiteurs → **2.079 enquêtes générées** (taux de retour moyen : 18,5%, taux de completion : 85,3%) entre avril et octobre 2024 (inclus).

→ **Un échantillon total exploité de 2.517 enquêtes complètes** collectées auprès de visiteurs français et étrangers ayant passé au moins une nuit dans la région Centre-Val de Loire, quel que soit le motif du séjour (agrément, affaire, affinitaire).

Un questionnaire en ligne standardisé, multilingue

- Un **questionnaire disponible en 10+ langues**, d'une durée d'environ 10 minutes,
- Commun à tous les répondants, quel que soit leur mode de recrutement,
- Des indicateurs de performance complétés par des **données de profil et de pratiques des visiteurs** en séjour permettant la calibration de l'échantillon et de larges possibilités de segmentation,
- La **standardisation** permet d'assurer la cohérence du benchmarking entre destinations et marchés.



Echantillonnage

POINTS DE REPÈRES

Structure de l'échantillon

- Un total de **2.517 enquêtes complètes** menées auprès de visiteurs en séjour dans la région Centre-Val de Loire (pour rappel, 1.270 enquêtes lors de l'édition de 2017),
- **Cible éligible** : touristes français et étrangers, âgés de 18 ans et plus, ayant séjourné au moins une nuit dans la région quel que soit le motif (agrément, affaire, affinitaire),
- **77% de visiteurs français et 23% de visiteurs étrangers** ; poids des principaux marchés étrangers (TOP 5) : Pays-Bas (7,0%), Royaume-Uni (4,2%), Allemagne (2,7%), Belgique (2,7%), Espagne (1,2%).
- Un total de **4 segments d'analyse retenus** : marché domestique / total marchés internationaux, séjours à dominante « patrimoine culturel » (*définition à partir des activités pratiquées durant le séjour*) et séjour « itinérance à vélo » (*définition à partir des activités pratiquées durant le séjour*).
- Des résultats disponibles sur **5 zones infrarégionales** : Val-de-Loire (Indre-et-Loire, Loir-et-Cher, Loiret), Berry (Indre et Cher), Eure-et-Loir, Touraine, Loiret.
- **2 normes de comparaison des résultats** : la norme **France** (moyenne agrégée constituée des 13 régions françaises métropolitaines) et une norme **concurrentielle adaptée** : moyenne agrégée constituée de la Bretagne et Normandie (hors séjour à dominante « balnéaire »), la Bourgogne, le Périgord, la Dordogne et l'Alsace (hors séjour à dominante « montagne »).



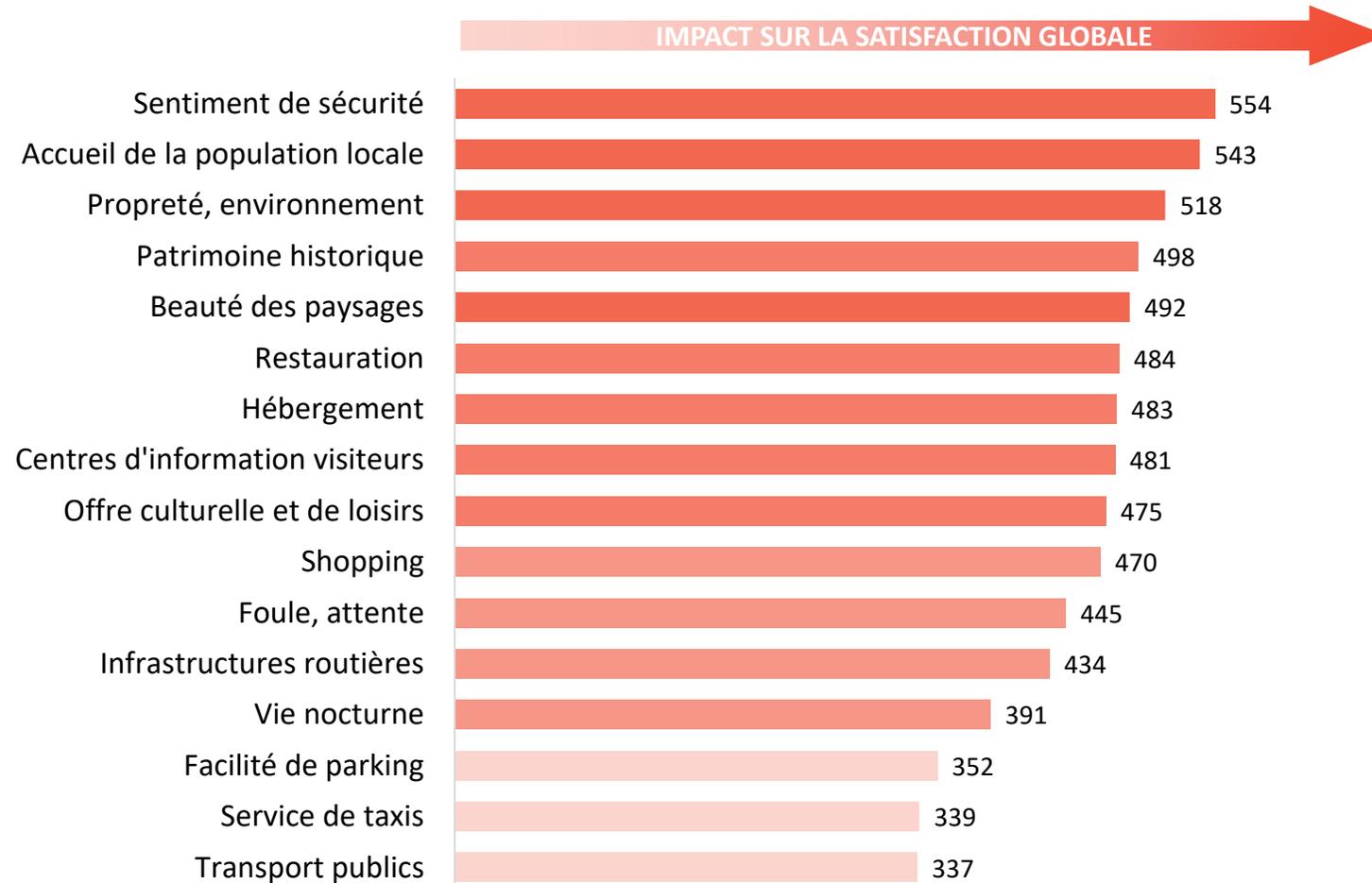


Satisfaction détaillée des visiteurs

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ-QUALITÉ EN CENTRE-VAL DE LOIRE

Optimiser l'expérience en agissant sur tous les leviers

CLASSEMENT DES FACTEURS QUI INFLUENCENT LA SATISFACTION DES VISITEURS



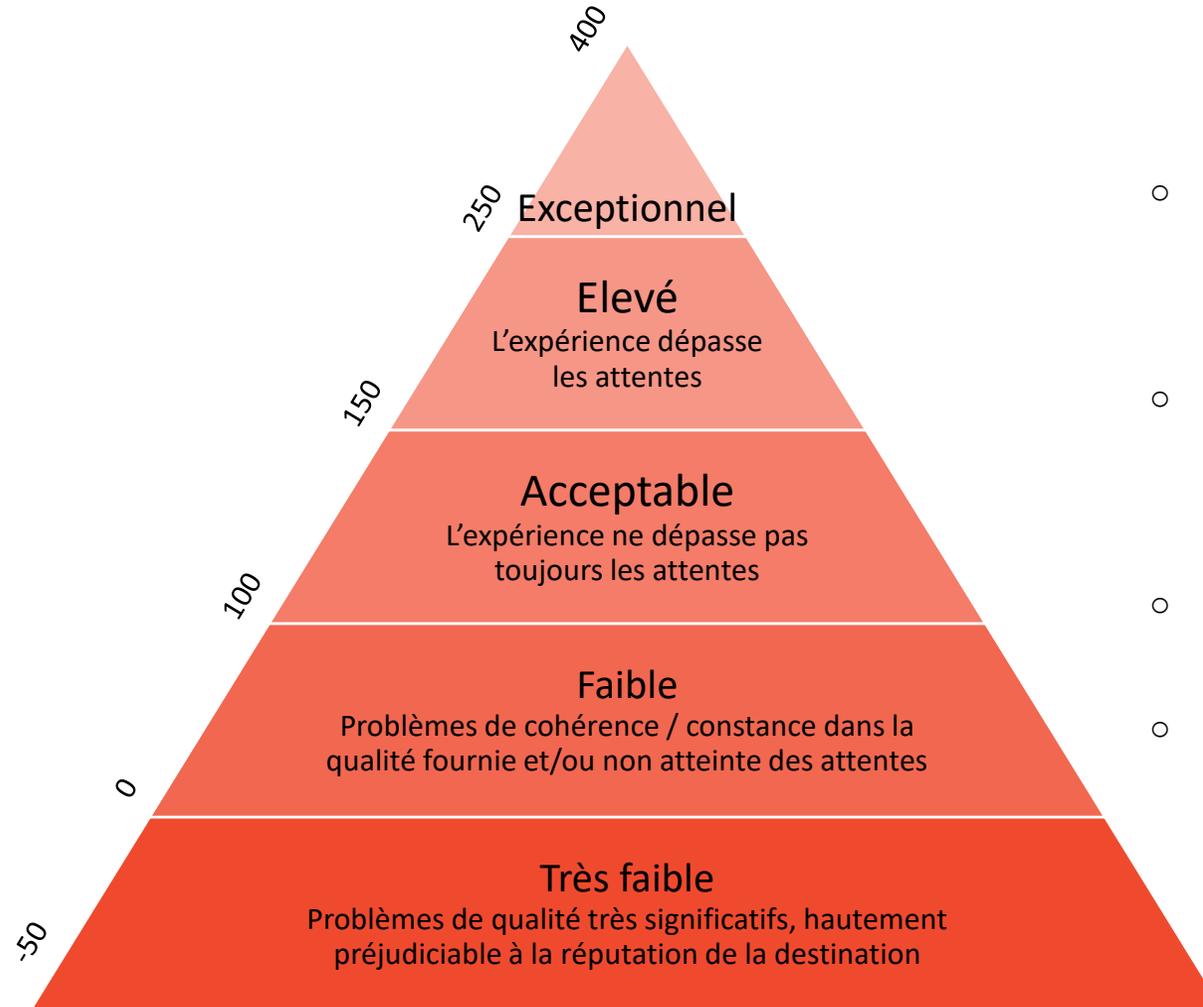
La qualité d'expérience des visiteurs repose sur des critères **TANGIBLES** et **INTANGIBLES**.

Source : TRAVELSAT© Index – Toutes destinations en France, 2024.

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

Les indices TRAVELSAT® Competitive Index

PRINCIPES ET DÉFINITION

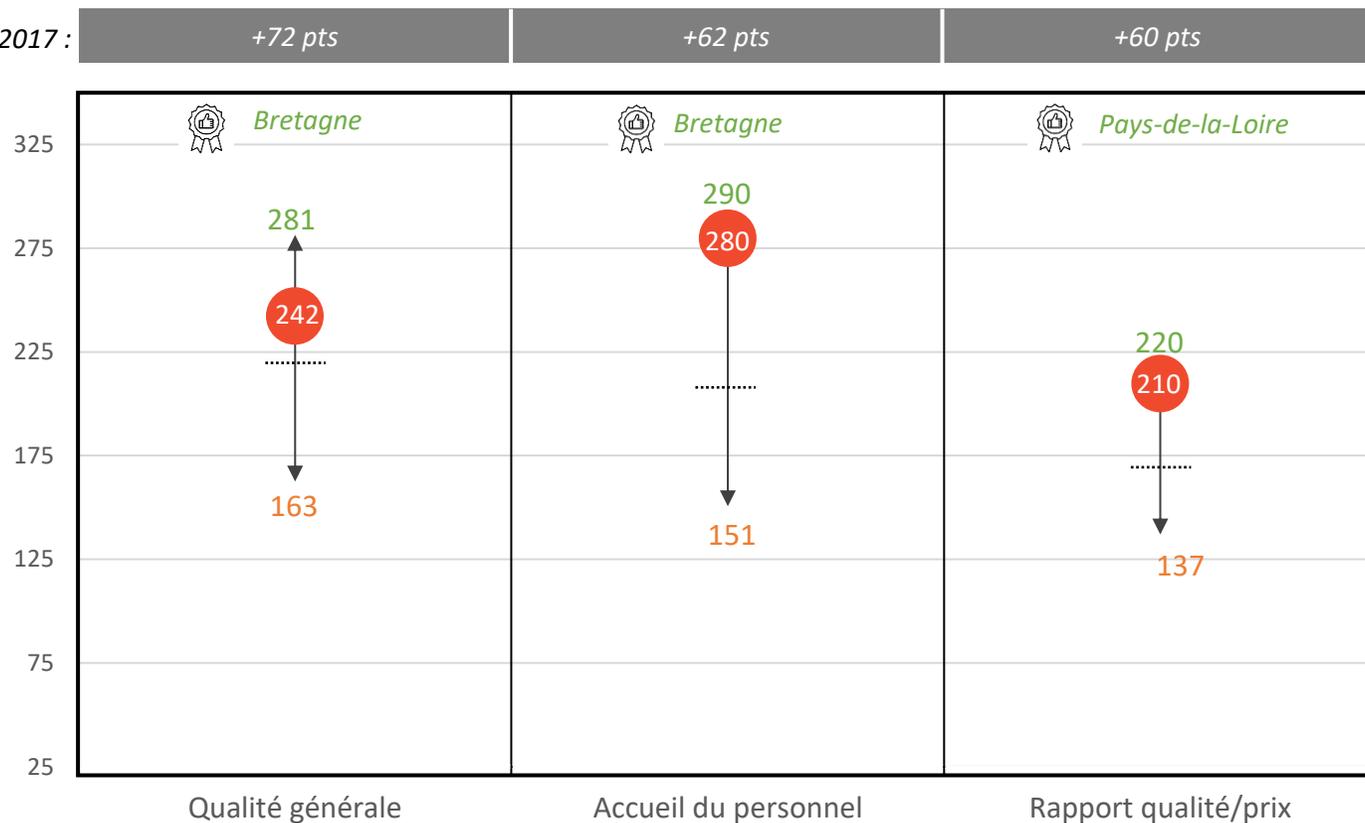


- L'indice TRAVELSAT® est un **score modélisé** fondé sur l'opinion des touristes qui évaluent à travers un questionnaire chaque critère de satisfaction sur une échelle de 1 (pas du tout satisfait) à 10 (extrêmement satisfait).
- Par rapport à une moyenne arithmétique simple, **l'indice valorise plus 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® Index **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 hébergements

ANALYSE CONCURRENTIELLE

Evolution vs. 2017 :



Norme concurrence : 225

226

183

Norme France : 220

211

173



Région la plus performante

xxx

Indice de la région la moins performante



Norme France

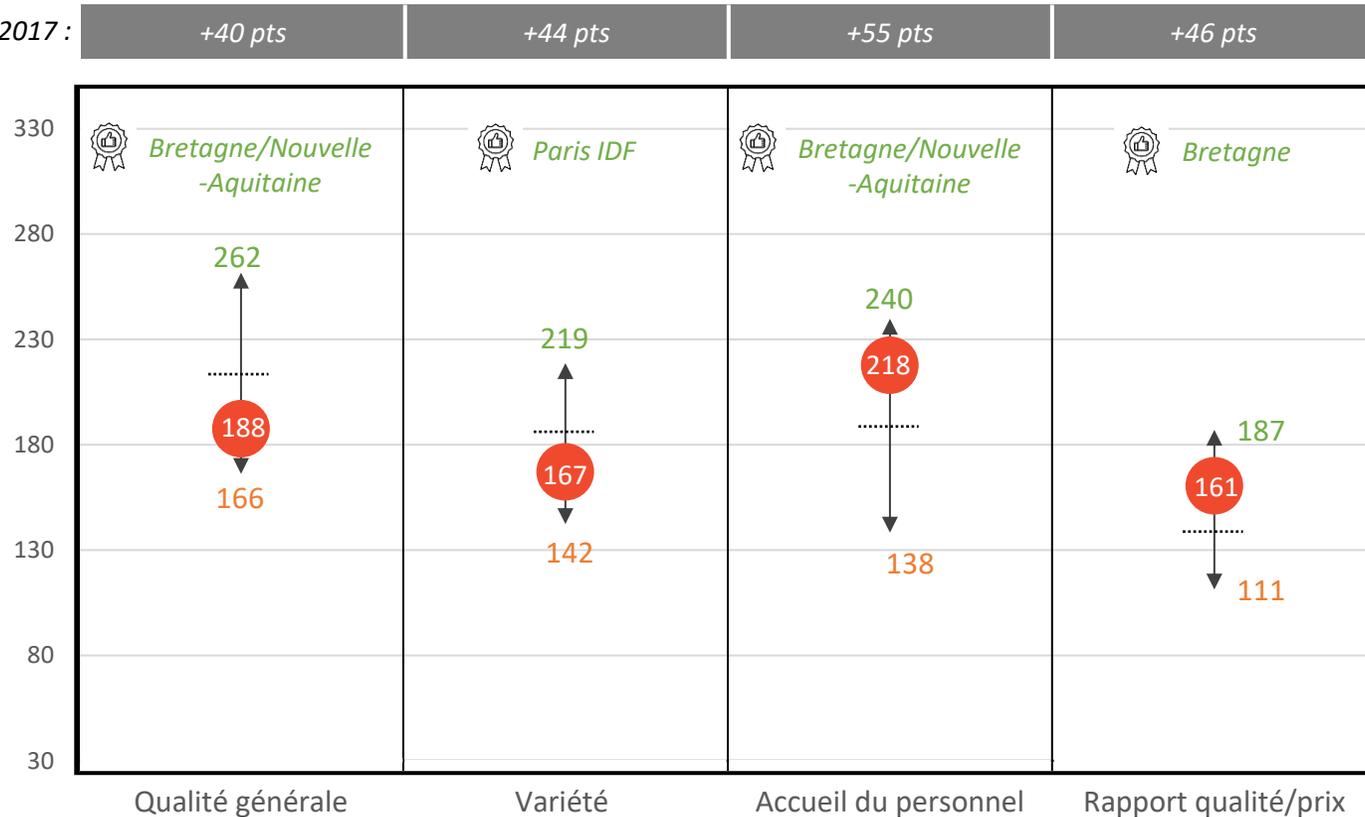


- Une **évaluation positive des hébergements** dans le Centre-Val de Loire et nettement plus favorable qu'en 2017 : la **qualité générale** des hébergements se place 22 pts au-dessus de la norme France et 17 pts au-dessus de la norme concurrentielle : un atout pour la destination.
- Mais c'est surtout **l'accueil du personnel** dans les hébergements qui se distingue : la région est pratiquement au niveau de la région la plus performante sur ce critère et se hisse 54 pts au-dessus de la concurrence.
- Il en résulte un **rapport qualité-prix très concurrentiel**, nettement au-dessus des normes de référence.

La restauration

ANALYSE CONCURRENTIELLE

Evolution vs. 2017 :



○ Le **Centre-Val de Loire se montre distancé en termes de qualité générale de la restauration** (-15 pts Vs. la norme France mais surtout -34 pts en comparaison à la norme concurrentielle !). C'est aussi le cas en termes de variété **de la cuisine locale**.

○ En revanche, à l'instar des hébergements, **l'accueil du personnel dans les restaurants s'avère très concurrentiel** (+31 pts en comparaison à la norme France et +21 pts par rapport à la norme concurrentielle). Le **rapport qualité-prix** perçu est aussi plutôt bien évalué, en ligne avec la norme concurrence.



Région la plus performante



Indice de la région la moins performante



Norme France

Norme concurrence :

222

185

197

160

Norme France :

203

183

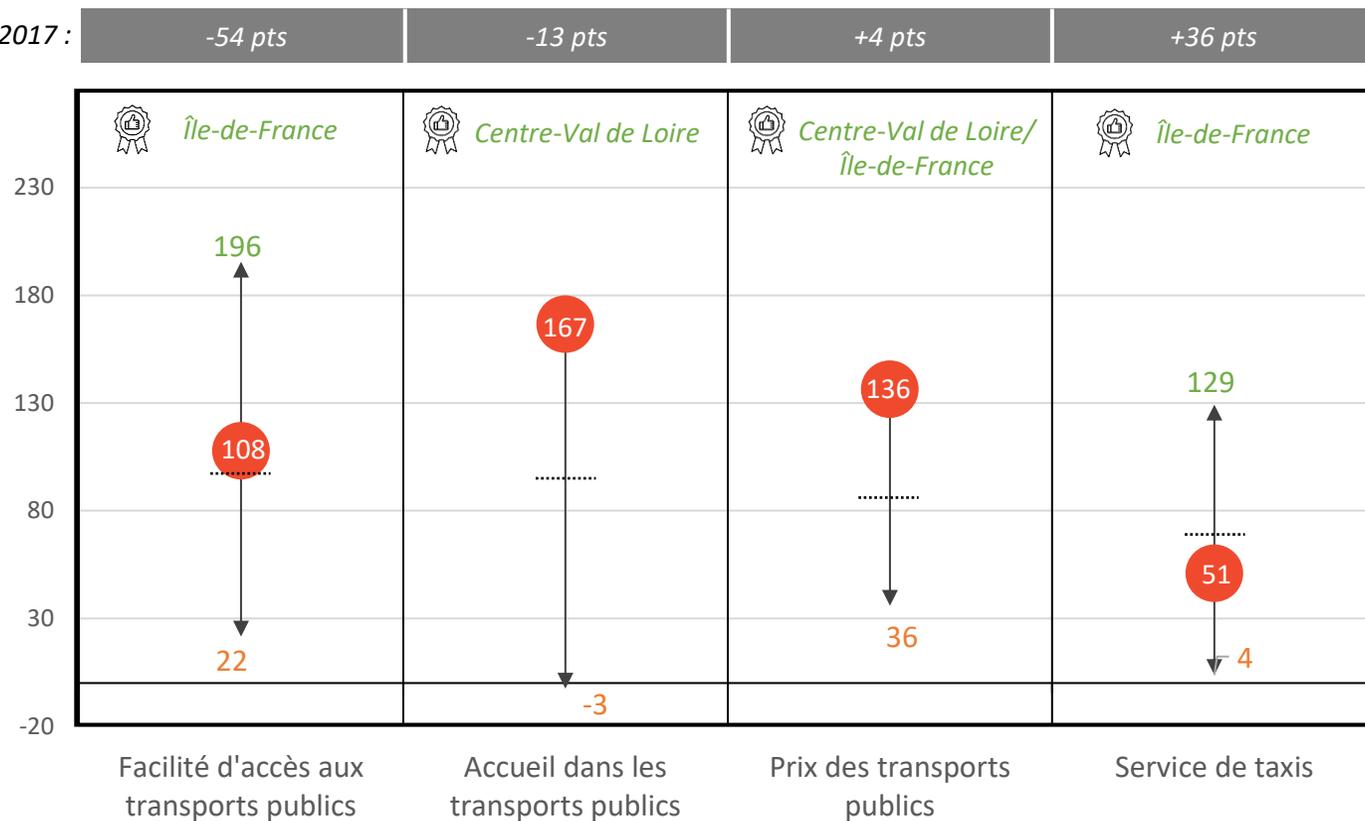
187

140

Les transports – (1/2)

ANALYSE CONCURRENTIELLE

Evolution vs. 2017 :



- Si la **facilité d'accès aux transports publics** est jugée de manière conforme à la norme en France, elle s'avère assez nettement **supérieure à la norme concurrentielle** (+27 pts).
- **L'accueil du personnel et le prix des transports publics sont très concurrentiels**, affichant les meilleurs scores.
- Les **services de taxi** sont, en revanche, **en deçà de la norme France** (-17 pts) ; le score est toutefois en ligne avec la norme concurrentielle (+2 pts)
- Notons que **Paris-Île-de-France domine cette thématique**, en particulier sur la facilité d'accès aux transports, le prix des transports ou encore sur les services de taxis.

Norme concurrence :

81 104 93 49

Norme France :

101 88 85 68



Région la plus performante

xxx

Indice de la région la moins performante

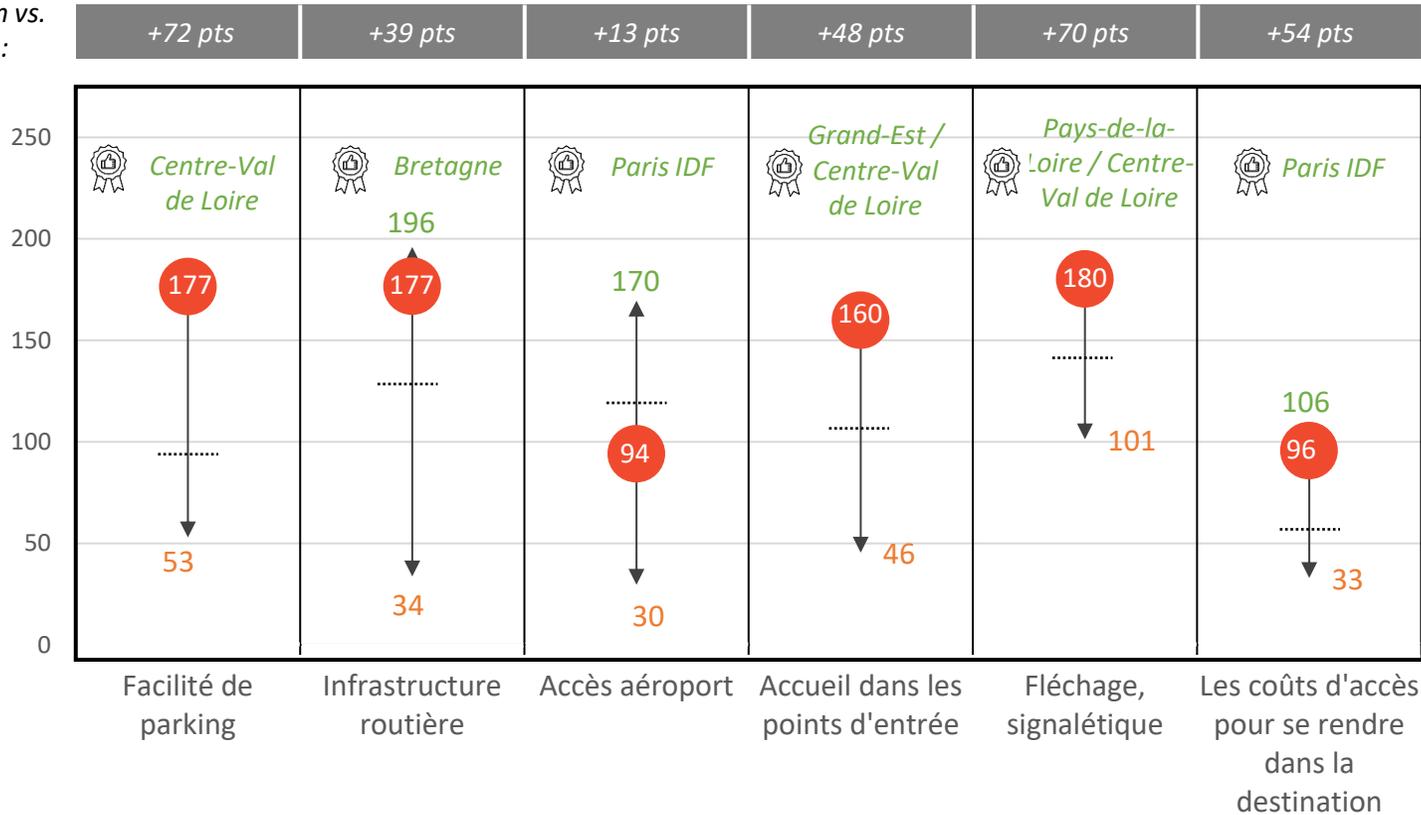


Norme France

Les transports – (2/2)

ANALYSE CONCURRENTIELLE

Evolution vs.
2017 :



- Plusieurs critères affichent de **belles performances, parmi les plus élevées** : c'est le cas de la **facilité de parking**, des **infrastructures routières**, de l'**accueil dans les points d'entrée** ou encore de la **signalétique**.
- Les **coûts d'accès à la destination**, bien qu'ayant un score relativement bas dans l'absolu, se placent au-dessus des normes France (+40 pts) et concurrentielles (+36 pts).
- Seul le critère **d'accès à l'aéroport est en retrait en comparaison avec la norme France** (-19 pts) ; le score reste toutefois supérieur à la norme concurrentielle.



Région la plus performante

xxx

Indice de la région la moins performante



Norme France

Norme concurrence :

117

146

79

103

142

60

Norme France :

93

128

113

101

140

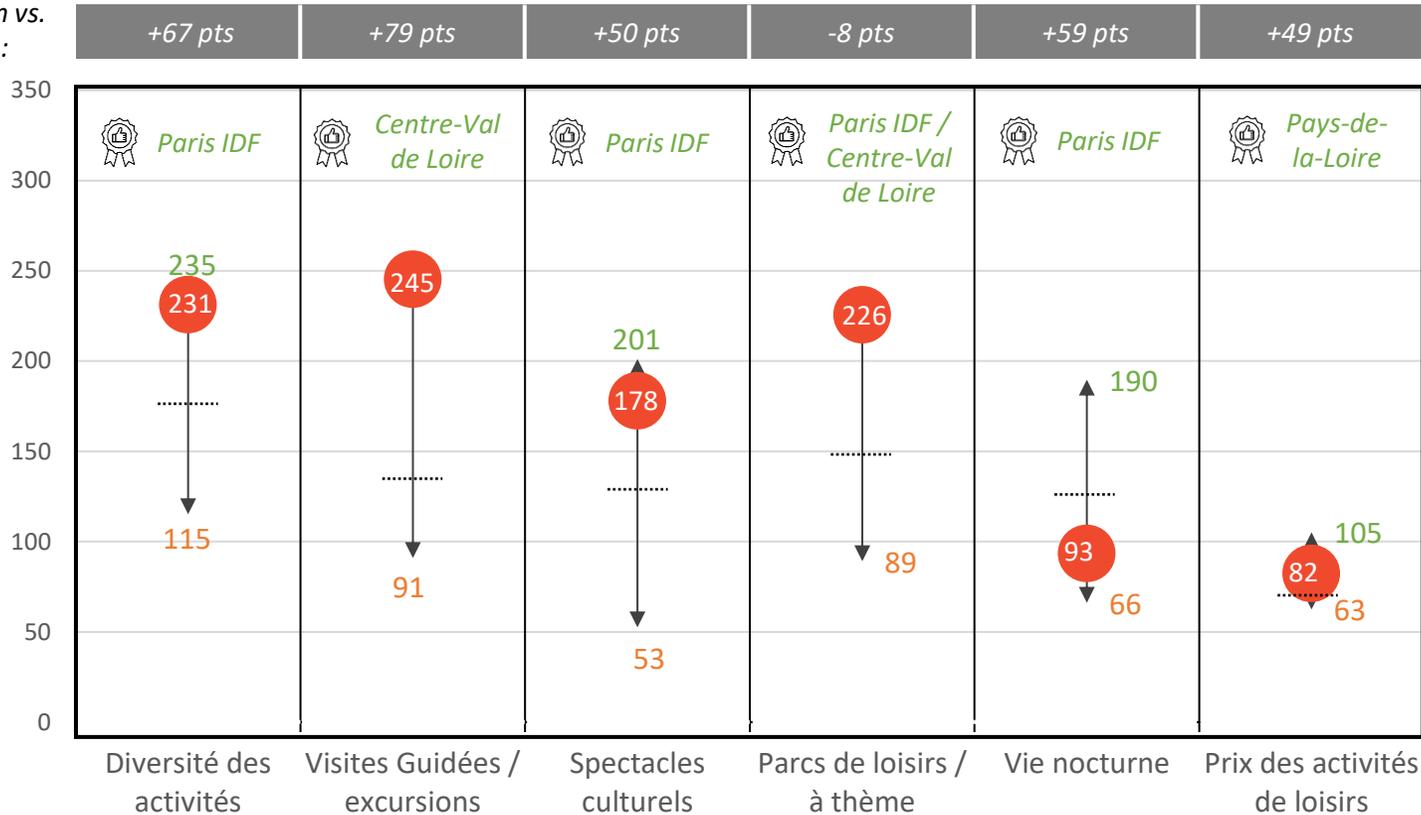
56

Les activités culturelles et de loisirs

ANALYSE CONCURRENTIELLE



Evolution vs. 2017 :



- Une expérience plutôt positive des activités culturelles et de loisir dans le Centre-Val de Loire, même si Paris – Île de France surpasse toutes les régions françaises par son offre, « tirant » d'ailleurs la norme France dans son ensemble.
- Si l'on compare le Centre-Val de Loire à la norme concurrence, l'évaluation est favorable, en particulier concernant les **visites guidées/excursions** (+94 pts), les **parcs de loisirs/à thèmes** (+87 pts), la **diversité des offres proposées** (+65 pts) et la **qualité des spectacles culturels** (+72 pts).
- Les visiteurs pointent toutefois un manque de vie nocturne (-32 pts Vs. la norme France et -10 pts Vs. la norme concurrence) : un moment de consommation touristique à dynamiser !

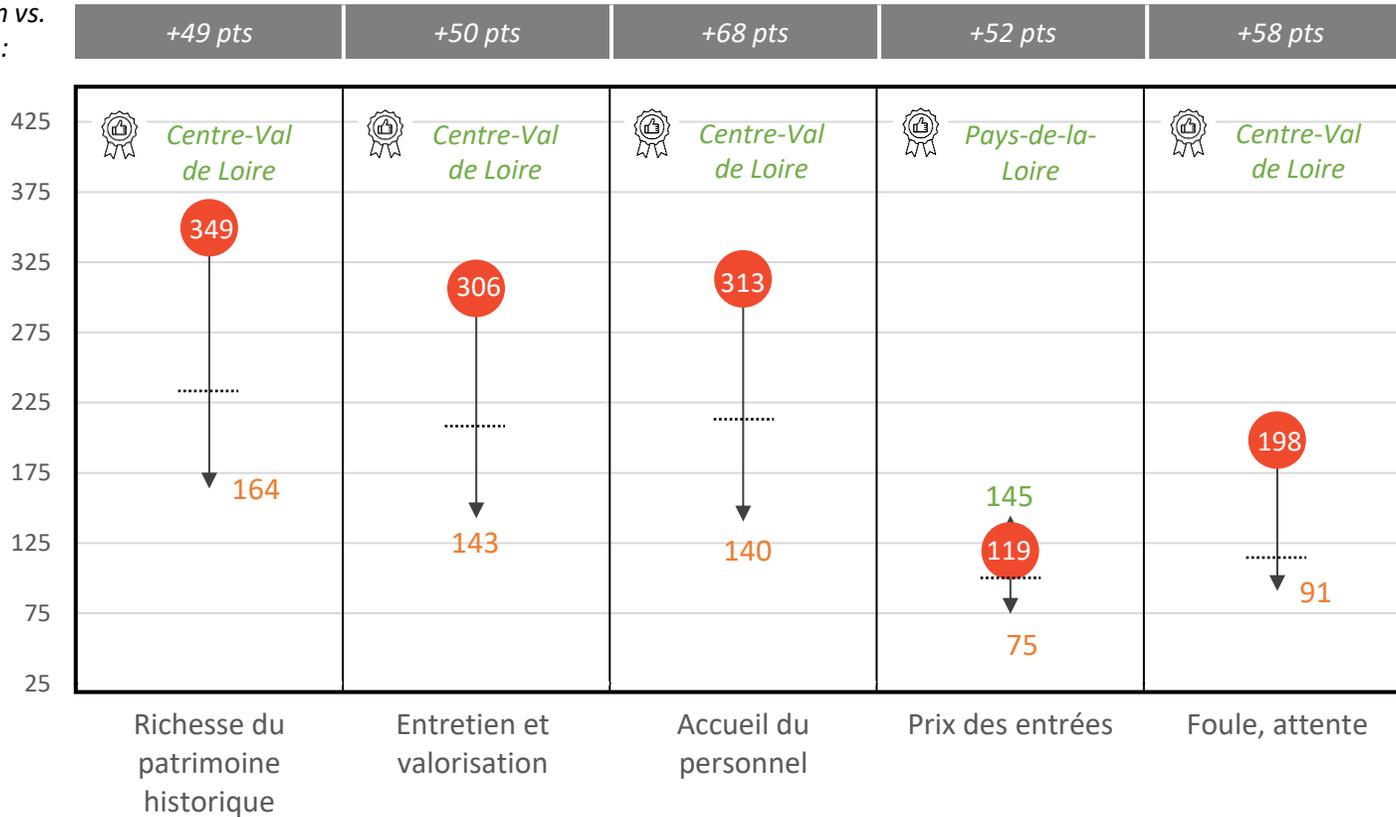
 Région la plus performante
 xxx Indice de la région la moins performante
 Norme France

Norme concurrence :	166	151	106	139	103	89
Norme France :	175	146	124	149	125	80

Le patrimoine historique (monuments, musées...)

ANALYSE CONCURRENTIELLE

Evolution vs.
2017 :



- Le patrimoine historique reste un domaine d'excellence dans la région Centre-Val de Loire.
- La région obtient en effet la meilleure performance s'agissant de la **richesse du patrimoine historique, de l'entretien et valorisation des sites et de l'accueil** par le personnel avec des indices supérieurs à 300 points !
- La **gestion de la foule et de l'attente** performe très bien également ; **seul le prix des billets d'entrée** affiche une performance un peu plus mitigée, restant toutefois au dessus des normes.



Région la plus performante

xxx

Indice de la région la moins performante



Norme France

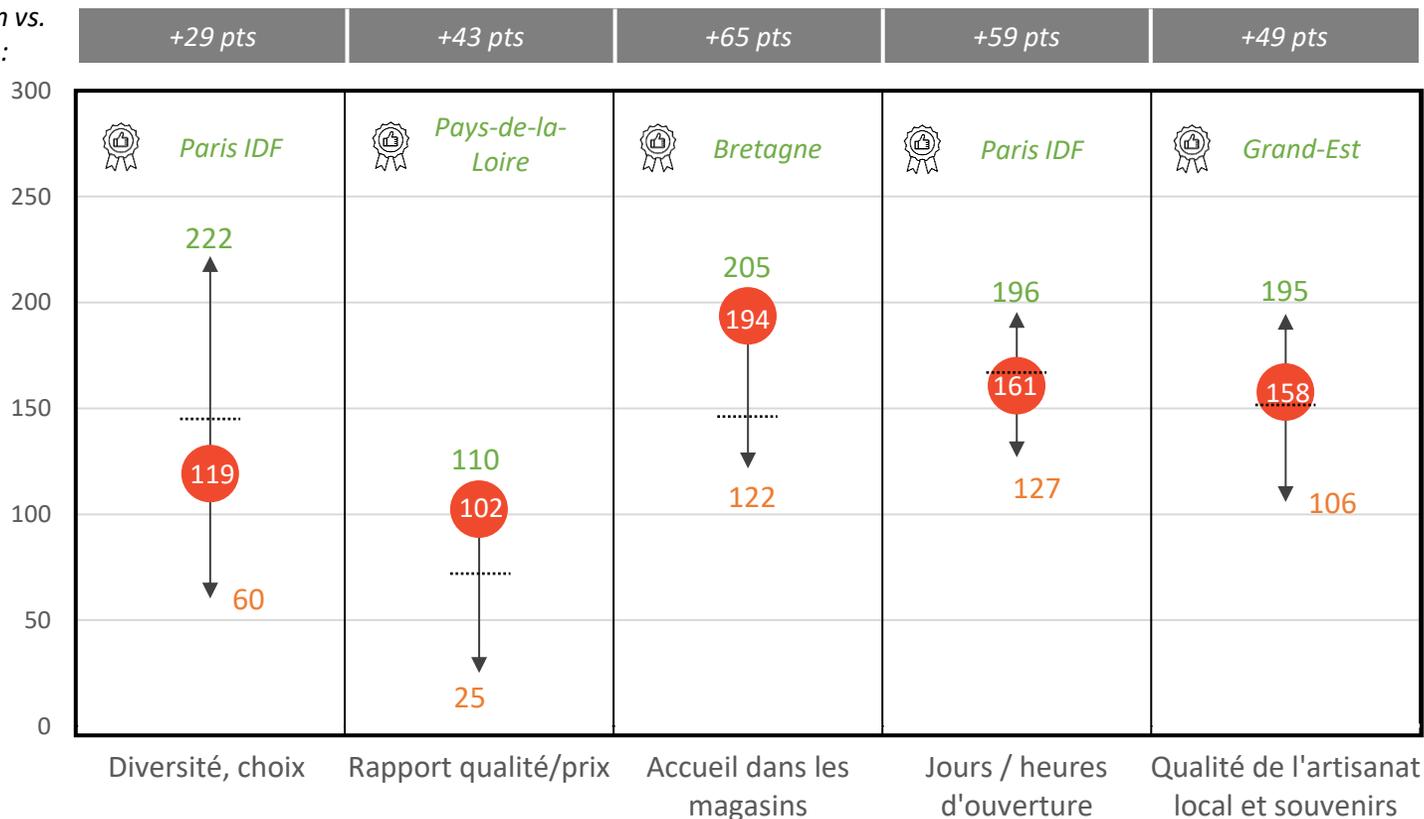
Norme concurrence :	231	203	209	109	132
Norme France :	227	193	198	95	120

Le shopping

ANALYSE CONCURRENTIELLE



Evolution vs. 2017 :



- La thématique shopping mériterait de progresser dans le Centre-Val de Loire ; la diversité de l'offre fait défaut (avec 19 à 28 points d'écart Vs les normes).
- La qualité de l'artisanat local et des souvenirs apparaît également en léger retrait vis-à-vis des destinations concurrentes (-6 pts) ; les jours et horaires d'ouverture sont tout juste au niveau de la norme.
- Deux atouts : l'accueil dans les magasins est plutôt favorable (indice de 194, +32 pts vs. la concurrence) et le rapport qualité-prix du shopping est aussi concurrentiel.
- Paris-Île de France domine du point de vue de l'offre et des amplitudes d'ouverture (jours / horaires) ; le Grand-Est surpasse la concurrence en matière d'artisanat local.

Norme concurrence :	132	88	162	164	164
Norme France :	147	75	149	162	150

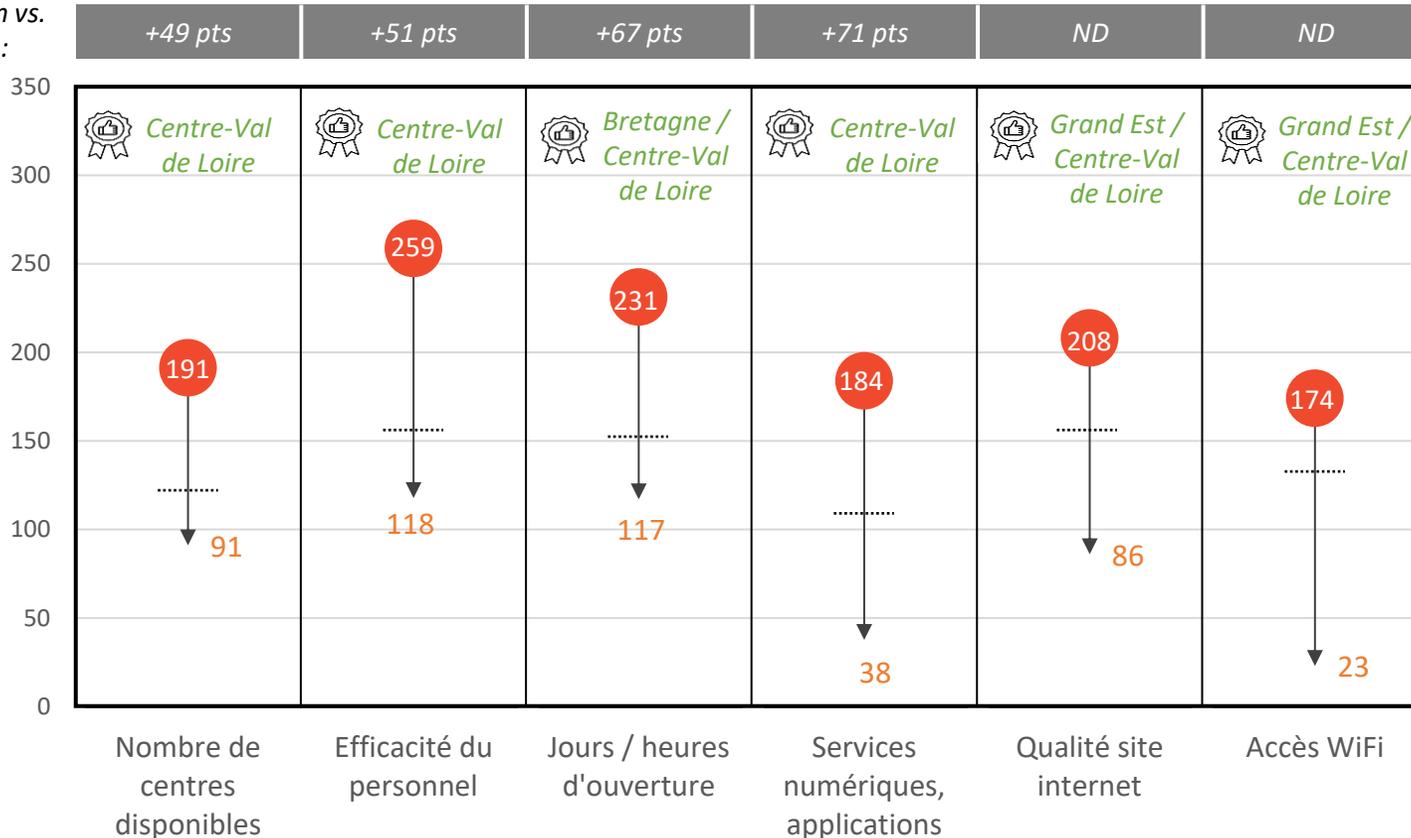
Région la plus performante
 xxx Indice de la région la moins performante
 Norme France

L'information touristique et les services numériques

ANALYSE CONCURRENTIELLE



Evolution vs. 2017 :



○ Une **très bonne performance des centres d'information visiteurs dans le Centre-Val de Loire** : un maillage qui semble bien perçu, un personnel jugé efficace, des horaires adaptés, tout y est !

○ La région obtient les meilleures évaluations y compris en matière de **services numériques / applications proposés aux visiteurs** pour les accompagner durant leur séjour, avec un score de 184 (+62 pts vs. la concurrence).

Indice source OT plafonnée à 20% :

- Nombre de CIV : 178
- Efficacité du personnel : 241
- Jours / heures d'ouverture : 217
- Services numériques : 173
- Qualité site internet : 200
- Accès WiFi : 166



Région la plus performante



Indice de la région la moins performante



Norme France

Norme concurrence : 128

170

156

122

158

125

Norme France : 122

155

151

113

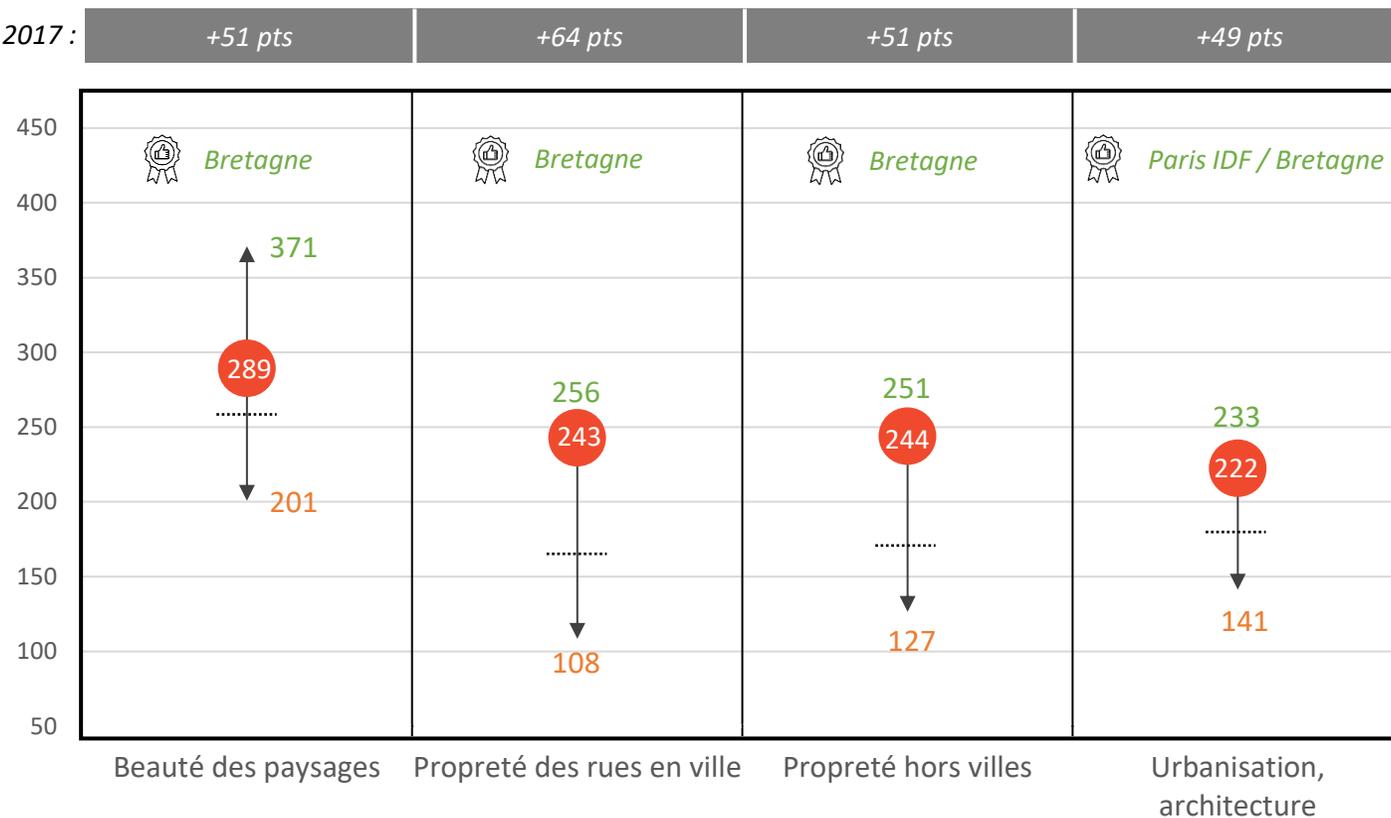
155

140

L'environnement

ANALYSE CONCURRENTIELLE

Evolution vs. 2017 :



- L'environnement est bien évalué dans le Centre-Val de Loire dans son ensemble.
- La **beauté des paysages** est en ligne avec la norme concurrence et surpasse la norme France.
- Le Centre-Val de Loire est également jugé **propre**, que ce soit en ville ou en dehors, avec une **urbanisation / architecture** plutôt meilleure qu'ailleurs. Ses scores se rapprochent de la région la plus performante...la **Bretagne qui domine** cette thématique : cette dernière atteint un indice de 371 points s'agissant de la beauté des paysages !

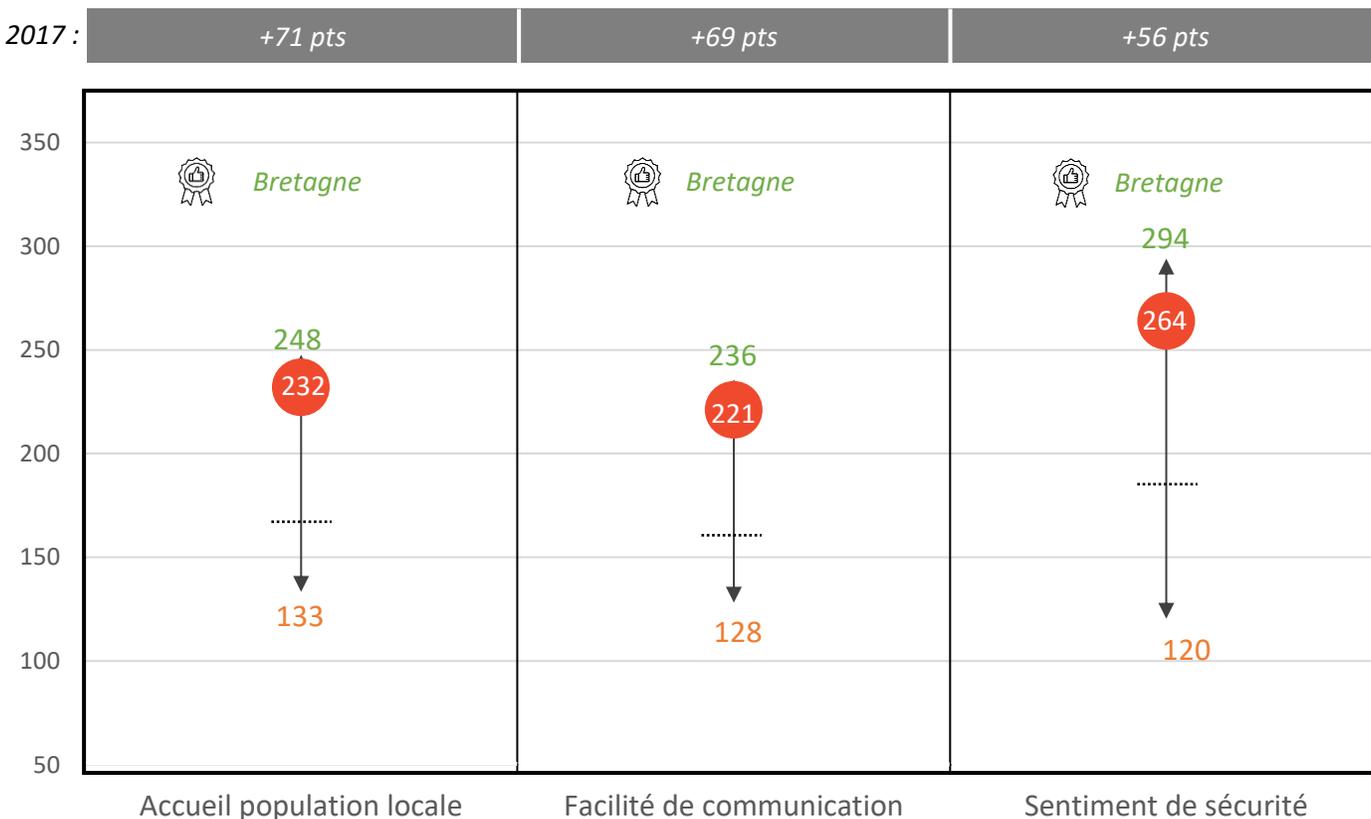
Norme concurrence :	283	195	195	188
Norme France :	252	159	163	176

- Région la plus performante
- xxx Indice de la région la moins performante
- Norme France

L'accueil des locaux, le sentiment de sécurité

ANALYSE CONCURRENTIELLE

Evolution vs. 2017 :



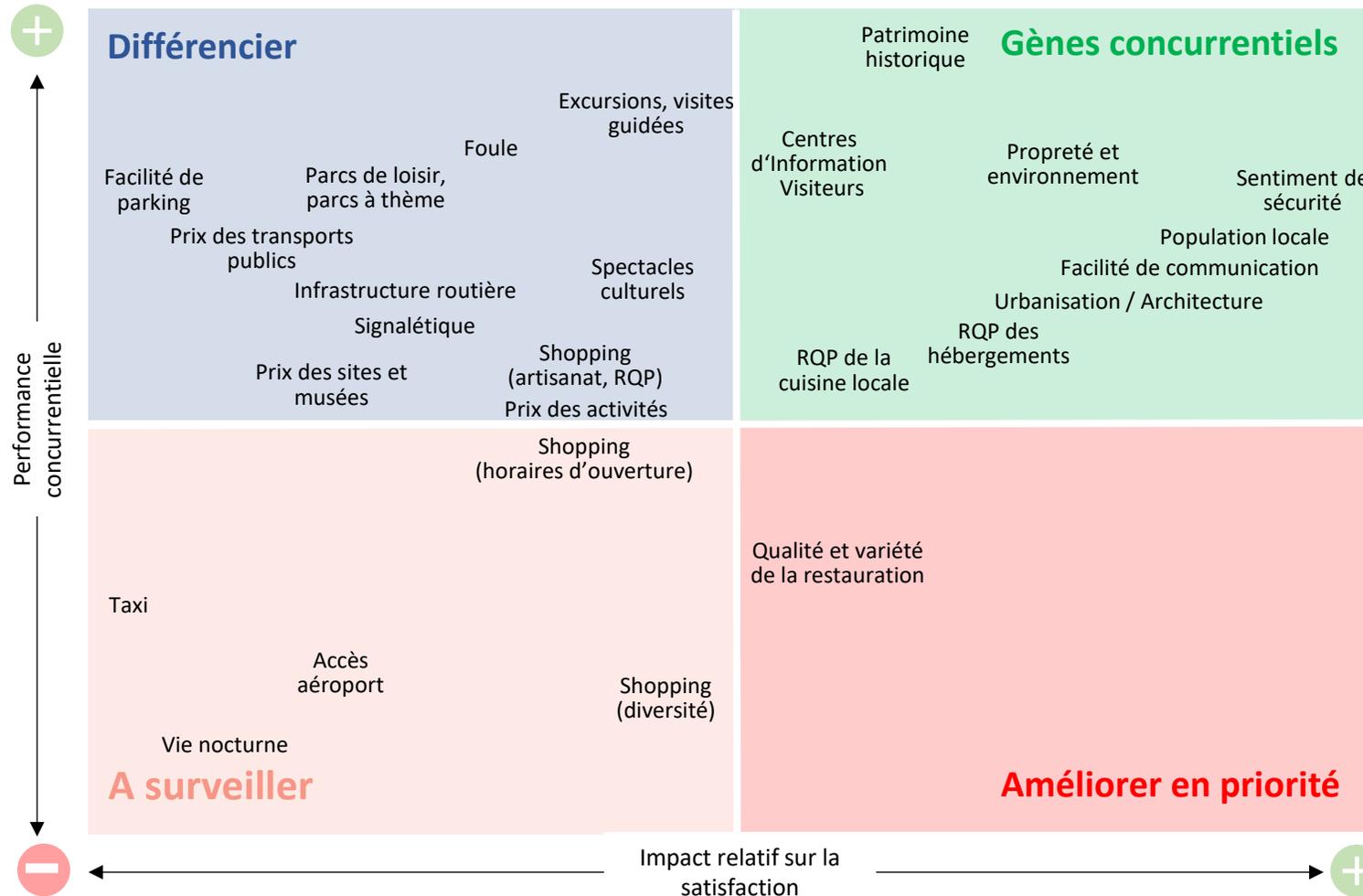
- **L'accueil par la population locale** est évalué de manière très favorable dans la région, le Centre-Val de Loire affichant des scores bien supérieurs à la norme France, mais également aux destinations concurrentes.
- La **facilité de communication** et le **sentiment de sécurité** sont **performants également**, surpassant les normes de référence de manière franche... sans égaler toutefois la Bretagne qui offre aujourd'hui l'expérience la plus positive sur ces critères.

Norme concurrence :	199	187	230
Norme France :	163	159	186

- Région la plus performante
- Indice de la région la moins performante
- Norme France

Bilan Importance / Performance

LE CENTRE-VAL DE LOIRE VS. LA NORME FRANCE



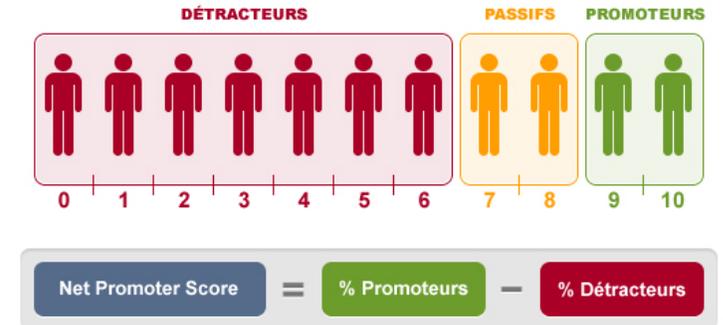
Indicateurs clés de performance

SYNTHÈSE DES KPI'S



- Les visiteurs affichent **une satisfaction générale** et un **rapport qualité-prix** du séjour vécu globalement positifs, avec des scores bien au-dessus de la norme française. Par rapport aux **destinations concurrentes**, la région se distingue favorablement aussi, même si les **écarts sont moins marqués**.
- Le **Net Promoter Score est lui aussi favorable** : les visiteurs recommanderaient volontiers le Centre-Val de Loire.
- Cependant, la **région peine à transformer cette bonne qualité d'expérience en intention de revisite** (légèrement sous la norme France et 5 pts sous les destinations concurrentes) : un enjeu clé pour renforcer la fidélité des clientèles consiste à encourager la découverte d'activités, soutenir l'innovation et promouvoir les événements pour multiplier les opportunités de séjour. Et bien sûr : continuer à garantir une expérience de qualité à chaque étape du parcours visiteurs !

A PROPOS DU NPS (NET PROMOTER SCORE)



	Satisfaction globale	Rapport qualité-prix du séjour	Intention de recommandation (NPS)	Intention de revisite de la région
Centre-Val de Loire	237 (+53 pts)	198 (+62 pts)	59	49 (+8 pts)
<i>Norme France</i>	<i>203 (+25 pts)</i>	<i>148 (+26 pts)</i>	<i>41</i>	<i>51 (+5 pts)</i>
Ecart Vs Norme	+ 34 points	+ 50 points	+ 18 points	- 2 points
<i>Norme Concurrence</i>	<i>216 (+8 pts)</i>	<i>181 (+20 pts)</i>	<i>53</i>	<i>54 (+6 pts)</i>
Ecart	+ 21 points	+ 17 points	+ 6 points	- 5 points

(*) : Evolution Vs 2017.



Synthèse & conclusions

FAITS MARQUANTS, A RETENIR !

Synthèse & conclusions – (1/3)

CE QU'IL FAUT RETENIR !

L'expérience générale des visiteurs en Centre-Val de Loire est **très concurrentielle** :

- Le **patrimoine historique** reste un **domaine d'excellence** : **richesse, entretien et mise en valeur, accueil du personnel, gestion efficace des flux et temps d'attente** participent à une expérience particulièrement qualitative.
- La **qualité et la diversité de l'offre culturelle et de loisirs** : les **visites guidées, les parcs de loisirs**, la qualité des **spectacles culturels** dépassent largement les normes.
- La **qualité des hébergements** surpasse la moyenne nationale. Au-delà des infrastructures, **l'accueil du personnel** est très apprécié.
- Et, de nombreux aspects liés au contexte du séjour participent à l'expérience générale : la facilité d'accès / **position centrale de la destination, l'infrastructure routière, la facilité de parking, la signalétique, l'information des visiteurs** dans les OT, la **propreté**, le sentiment de **sécurité** et **l'accueil humain** en transversal (professionnels et locaux), les **prix pratiqués** dans l'ensemble.

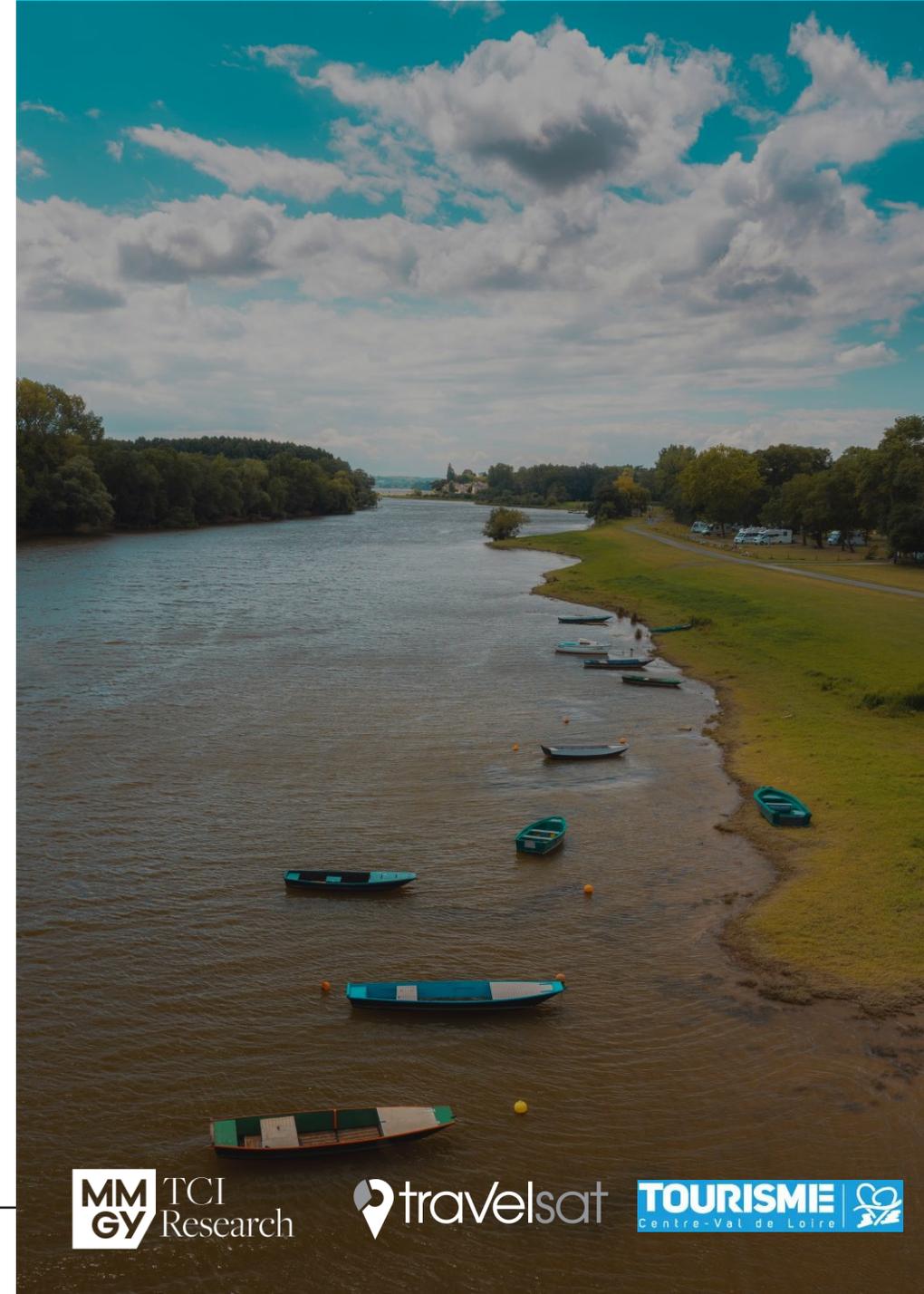


Synthèse & conclusions – (2/3)

CE QU'IL FAUT RETENIR !

Certains **aspects du parcours** visiteurs mériteraient toutefois progresser :

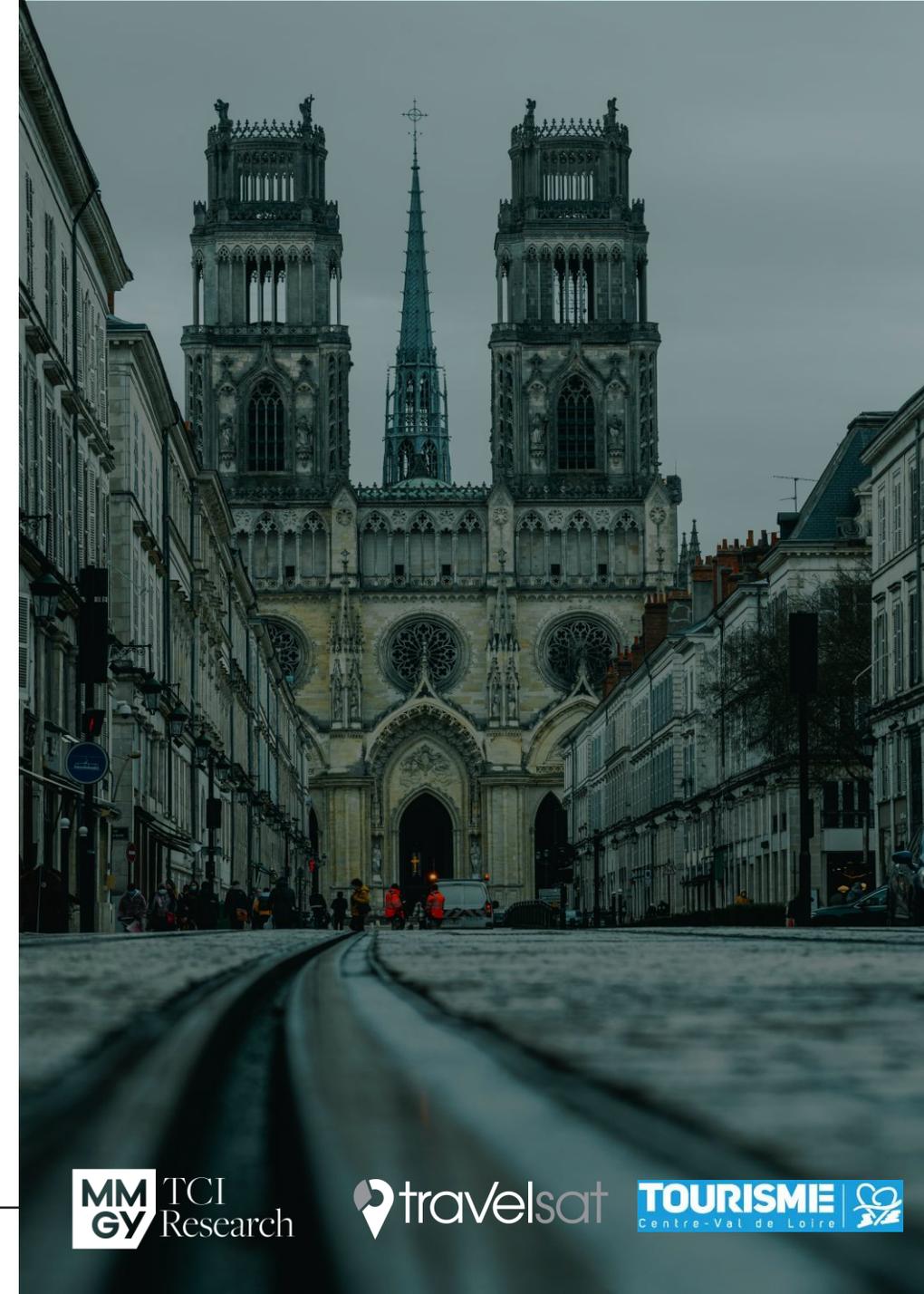
- La **restauration** : l'offre culinaire est inférieure aux normes. La **variété de la cuisine locale** est jugée insuffisante : un intérêt limité ou une absence de plat « emblématiques » ? Ainsi, il conviendrait de **valoriser au mieux l'offre culinaire régionale** à travers, par exemple, des partenariats avec des producteurs et des chefs, le développement de parcours gastronomiques ou l'accueil de festivals culinaires mettant en avant la cuisine locale ou ses spécialités. Cela peut aussi passer par la modernisation de certains établissements et l'engagement de la filière dans des parcours de certification / labellisation.
- Le manque de **vie nocturne, l'absence d'animations ou d'opportunités en soirée** est souligné. Ce déficit peut nuire à l'attractivité générale pour des segments spécifiques (jeunes adultes, les city breakers). Une offre de vie nocturne à dynamiser en développant par exemple des marchés nocturnes, des spectacles ou sites culturels ouverts en soirée / nocturne. Cela passe aussi par l'information visiteurs dans les offices de tourisme (ce qu'il y a à faire autour en soirée) et la valorisation et mise en avant des quartiers animés (bars, restaurants, animations) en proposant spontanément des activités aux visiteurs.



Synthèse & conclusions – (3/3)

CE QU'IL FAUT RETENIR !

- Les opportunités de **shopping semblent plus restreintes** qu'ailleurs : moins de **diversité** perçue, des **amplitudes horaires** limitées et une **qualité de l'artisanat local** en retrait. Une filière à travailler, clef pour stimuler la consommation et favoriser les retombées économiques. Cela peut passer par la promotion de l'artisanat local et des produits locaux à travers des espaces dédiés (marchés d'artisans, boutiques thématiques)...
- La **région accuse un déficit en matière d'intention de revisite et semble peiner à capitaliser sur la bonne expérience vécue**. Ce peut être lié à la motivation 1^{ère} des visiteurs centrée sur la découverte du patrimoine historique et culturel ; une fois visités, les châteaux et monuments, en dépit d'expériences favorables, peineraient à susciter l'envie de revenir pour un autre motif ? Ainsi, il pourrait être pertinent de :
 - Valoriser le plus possible la variété des activités et territoires à découvrir pour encourager les visiteurs à revenir découvrir de nouvelles expériences,
 - L'organisation d'événements récurrents pour créer des rendez-vous incontournables,
 - La mise en avant d'innovations, comme des expériences immersives ou des offres sur-mesure, de sorte à « surprendre » les visiteurs lors de leurs séjours.





Contact :

Emmanuel Meunier – VP Europe
+33 6 60 73 33 93
emeunier@tci-research.com

