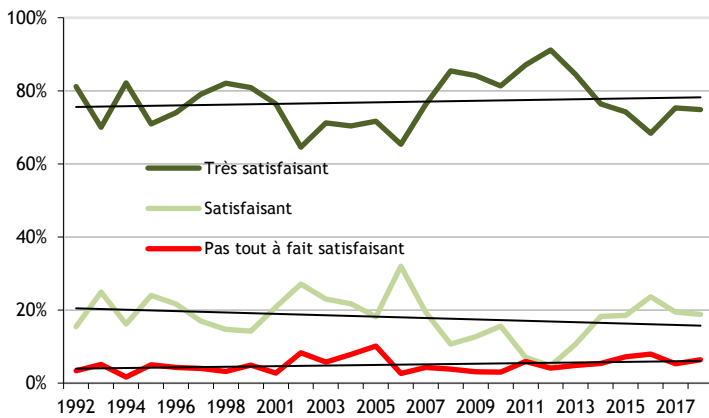
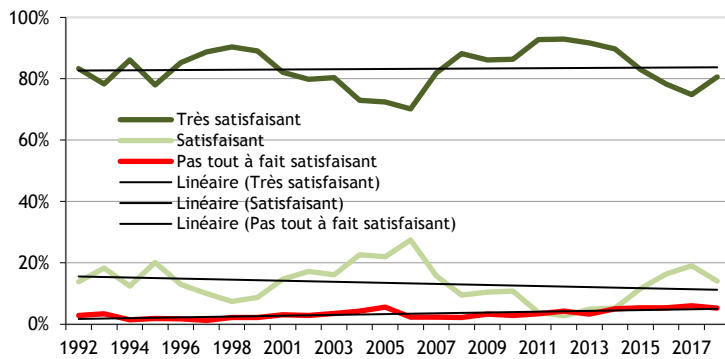


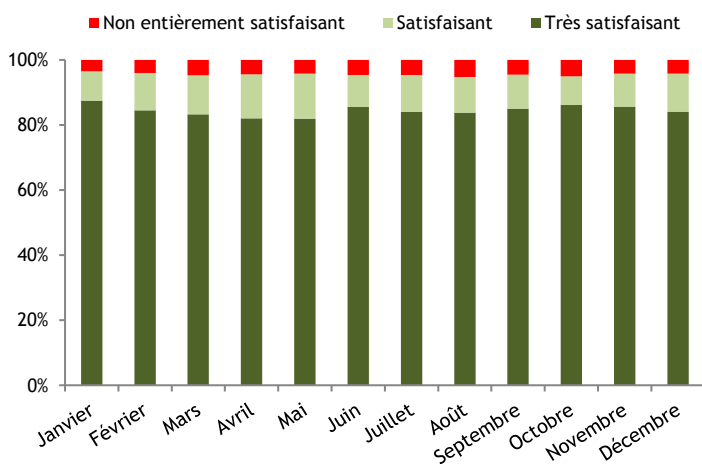
## SATISFACTION DES FRANÇAIS



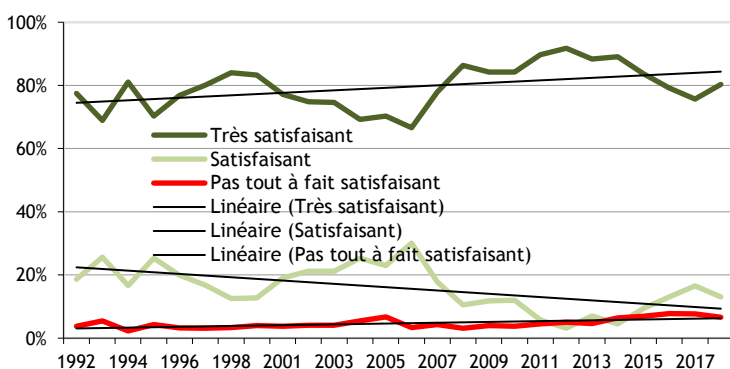
## SATISFACTION DES ETRANGERS



## SELON LE MOIS (sur 2008-18)



## HEBERGEMENTS MARCHANDS



Le niveau de satisfaction de la clientèle est historiquement élevé, ce qui explique une très forte intention de retour (autour de 95%) et un très fort taux de retour effectif (3 visiteurs sur 4 sont déjà venus).

En 2017-18, les visiteurs avion jugent ainsi leur séjour :

TRES SATISFAISANT	77,0 %	} Soit 6% de visiteurs non entièrement satisfaits
SATISFAISANT	17,3 %	
MOYENNEMENT SATISFAISANT	5,6 %	
PEU SATISFAISANT	0,1 %	
PAS DU TOUT SATISFAISANT	0,1 %	

Jusqu'en 2012, l'évolution était très positive, avec une part de "très satisfaits" en hausse sensible et qui atteignait des niveaux inégalés : 92,9% pour les Etrangers et 91,2% pour les Français. Depuis 2013, le taux de satisfaction maximale (les "très satisfaits") tend à baisser, et s'établit à 77,0% en 2017-18 (75,1% pour les Français ; 77,7% pour les étrangers). A contrario, l'insatisfaction remonte aussi à environ 6%, le plus haut niveau depuis 2005.

Sur le long terme, soit entre 1992-3 et 2017-18, la tendance est à présent en train de s'orienter négativement : la part des "très satisfaits" glisse de 1 pt à 75%, alors que celle des "non entièrement satisfaits" fait un bond important, passant de 3,7% à 5,8%. Le niveau de satisfaction avait déjà connu une dégradation entre 1998 et 2006, pour rebondir ensuite jusqu'à un niveau record de 92,4% en 2012. Le taux d'insatisfaits n'avait quant à lui atteint un niveau significatif que pour les Français entre 2002 et 2005 (jusqu'à 10%), restant modéré ensuite, mais il dépasse les 5% depuis 2014, et approche les 6% depuis 2016. Il s'agit d'un niveau encore bas, mais la tendance est à surveiller.

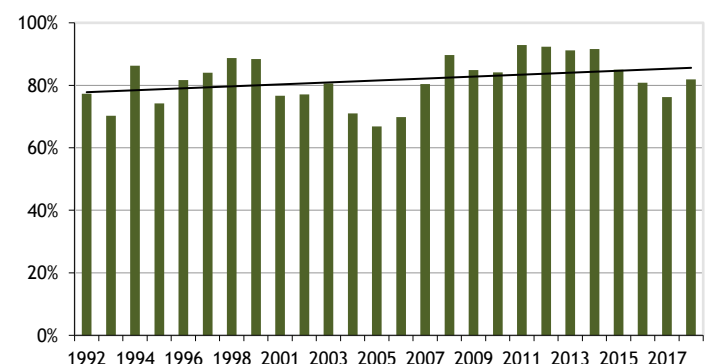
L'analyse par mois, sur la période 2008-18, montre que la satisfaction maximale reste très stable avec une légère érosion en Mars-Avril-Mai (82%) et une pointe en Janvier (87%) qui montre aussi un très faible taux d'insatisfaction (3,5%). Ce dernier atteint son maximum à 5,3% en Août et 5% en Octobre.

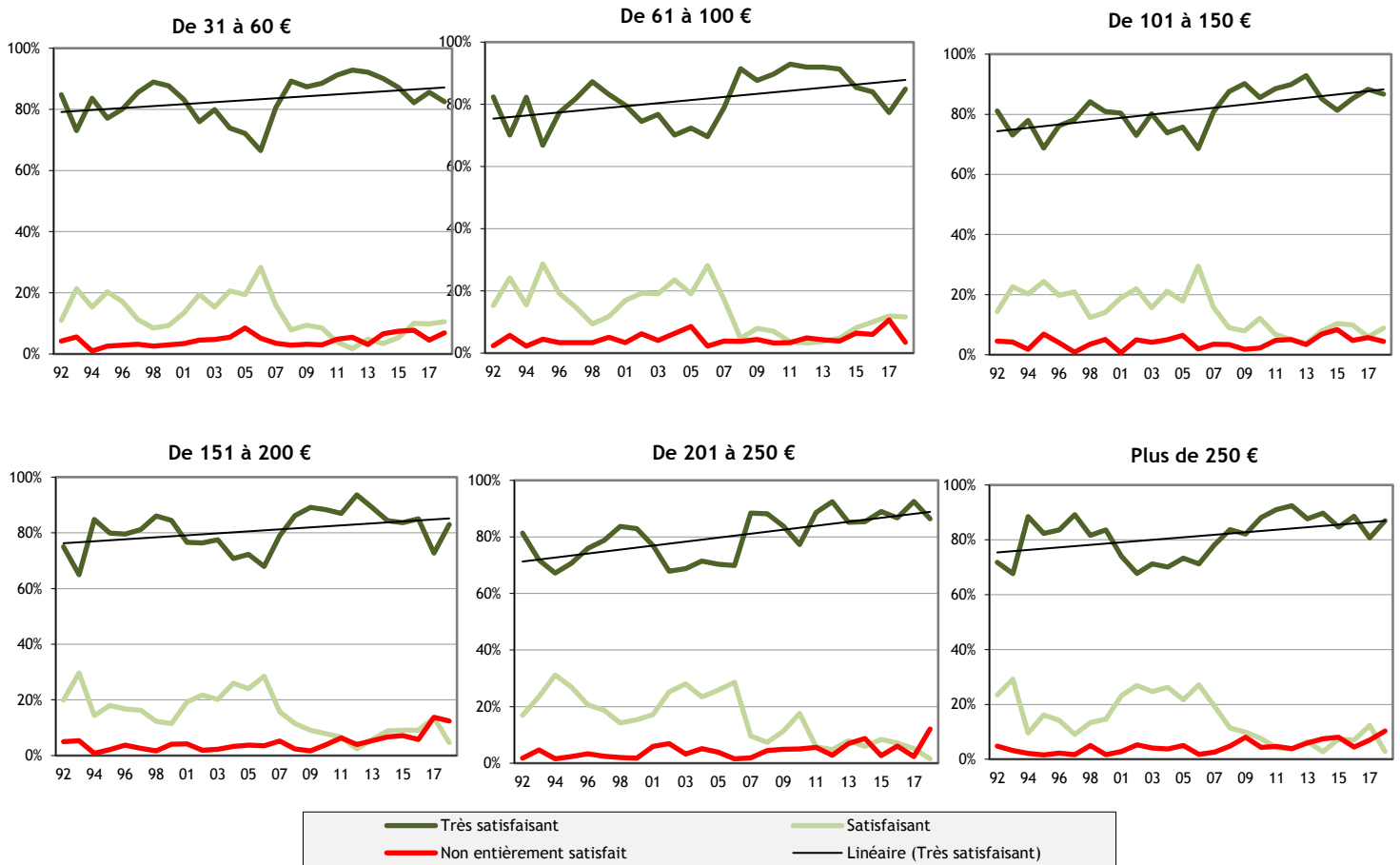
Pour les seuls visiteurs en hébergements marchands, le rebond de la satisfaction maximale entre 2006 et 2012 avait été remarquable : + 25 points à 92%. Cependant, la rechute est d'autant plus marquée depuis, et ce taux redescend à 78% en 2017-18, soit un retour au niveau de 1992 ou de 2007. Evolution préoccupante, le taux d'insatisfaits a doublé ces dernières années, passant de 3,5% en 2008-10 à 7% en 2017-18.

S'agissant des primo-visiteurs, leur taux de très satisfaits avait fortement chuté entre 99 et 2005, mais un excellent taux de 80% a été atteint dès 2007, et un record à 92,6% était enregistré sur 2011-12. Il retombe à 79% en 2017-18. 6% des primo-visiteurs se déclarent insatisfaits (3% en 2008-11).

Une autre source, l'enquête Visetran 2002-2015 (étrangers seulement, mais tous modes de transports), confirmait le faible taux d'insatisfaction, limité à 3% des séjours, légèrement supérieur pour la route-train (4,8% vs 3,7% pour l'avion). Les étrangers se déclaraient très satisfaits à 77% et satisfaits à 20%. Le taux d'insatisfaction apparaissait légèrement plus fort pour les Italiens, tandis que la satisfaction était très forte pour les Britanniques.

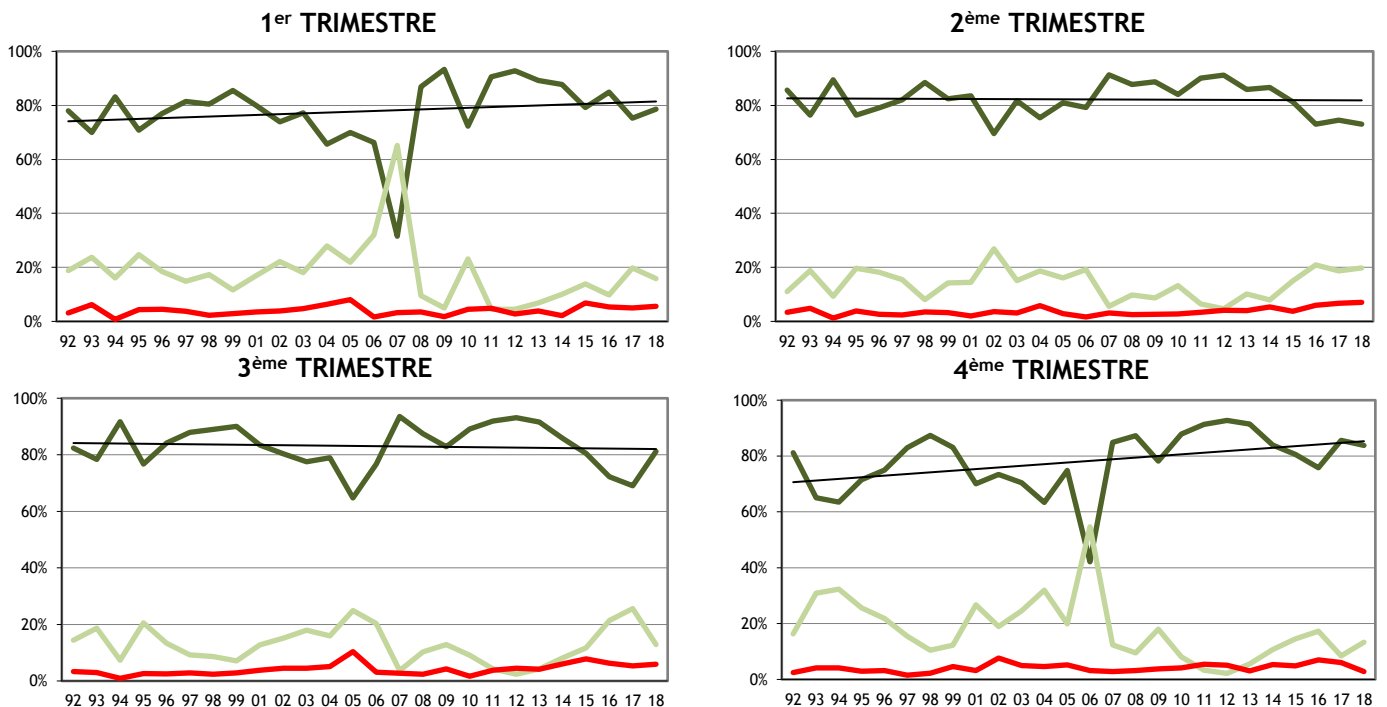
## PRIMO VISITEURS SE DECLARANT TRES SATISFAITS



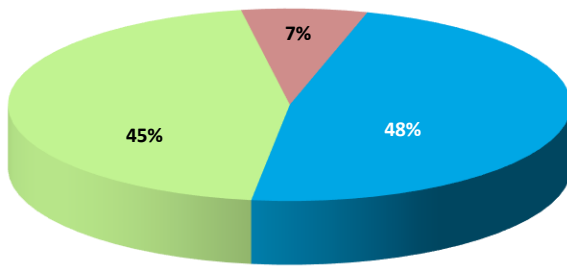


L'approche selon le niveau de dépenses par jour/personne indique peu de différences. La progression du taux de "très satisfaits" est remarquable pour tous les segments dépenses, mais avec une rechute récente, sauf pour le segment des 201-+250€, dont le niveau de très forte satisfaction se maintient. Le taux d'insatisfaits reste bas pour tous les segments, mais on observe une hausse récente de l'insatisfaction pour les segments de 151 à 250€ (jusqu'à 17% d'insatisfaits en 2017-18 pour les 151-200€).

Analysée selon la période, la satisfaction apparaît meilleure à présent au 1<sup>er</sup> trimestre (2<sup>ème</sup> trimestre précédemment) et historiquement plus basse et plus fluctuante au 4<sup>ème</sup> trimestre. Au 1<sup>er</sup> trim. on note une forte dégradation entre 2000 et 2007, suivie d'un fort rattrapage dès 2008. Le poids de la clientèle affaires à ces périodes, plus exigeante, explique probablement ces variations. Au 3<sup>ème</sup> trim., on observe un bon niveau de satisfaction maximale, mais la tendance est devenue légèrement négative du fait d'une forte dégradation sur les dernières années. Le niveau d'insatisfaction reste faible en 2017-18, variant peu selon le trimestre, entre 5,1% au 1<sup>er</sup> trim et 6,9% au 2<sup>ème</sup> trim.

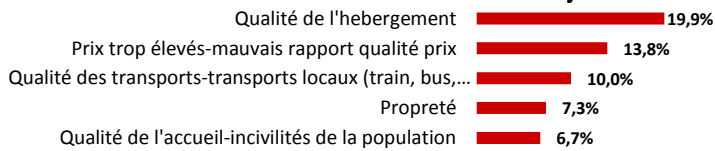


## MOTIFS D'INSATISFACTION

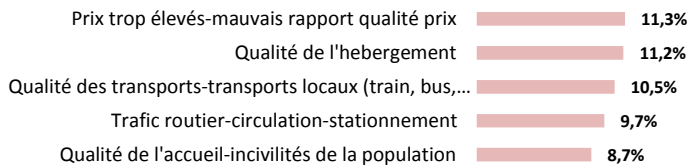


- Insatisfaction liée au visiteur lui-même
- Insatisfaction liée aux produits et services touristiques
- Insatisfaction liée à la côte d'Azur

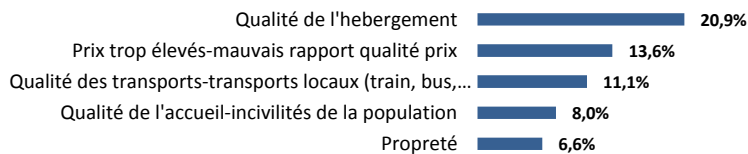
### 1<sup>er</sup> Séjour



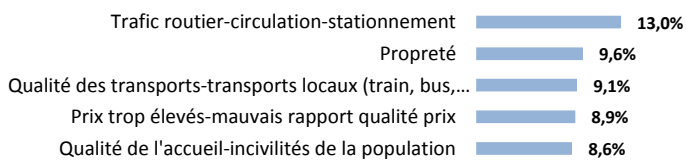
### Déjà venus



### Marchand



### Non Marchand



## PRINCIPAUX MOTS CITES SPONTANEMENT PAR LA CLIENTELE ETRANGERE

Mots cités en positif 😊	Pourcentage	Mots cités en négatif ☹️	Pourcentage
weather	7,3%	weather	2,8%
beautiful	4,9%	hotel	2,6%
people	4,9%	expensive	2,2%
food	4,4%	traffic	1,4%
friendly	2,8%	dog	1,3%
lovely	1,8%	beaches	0,9%
scenery	1,7%	bus	1,0%
beaches	1,4%	accommodation	0,9%

Sans recodification. % sur 36 418 mots anglais cités en positif, "signifiants" ou "qualifiants", recueillis spontanément sur questionnaire et 6 711 mots cités en négatif. Ne sont repris dans ce tableau que les mots pertinents (hors good, bad,...)

Source Enquête Visetran 2002-2015

Les motifs d'insatisfaction, cités spontanément, sont variés et diffèrent selon les segments. Pour l'analyse, on qualifie les motifs d'insatisfaction en 3 catégories : ceux liés à la Côte d'Azur en tant que destination, ceux liés aux produits et services touristiques consommés, et ceux liés au visiteur lui-même (maladie, problèmes personnels,...).

L'insatisfaction (2001-18) porte, à 45%, sur la Côte d'Azur en tant que destination (50% pour les Français, 42% pour les Etrangers), à 48% (52% pour les Etrangers) sur les services touristiques, et reste due au visiteur lui-même dans 7% des cas. Il faut souligner que :

\* chacun des motifs indiqués spontanément ne représente que moins de 1% de la clientèle totale, la base d'analyse étant celle des insatisfaits, soit 6% des visiteurs (l'analyse porte sur plus de 3 000 motifs d'insatisfaction exprimés)

\* chaque élément négatif cité pèse plus ou moins lourd dans une éventuelle décision de ne pas séjourner ultérieurement ou recommander la destination. Ce poids ne peut pas être évalué

\* certains éléments n'ont qu'une durée de vie limitée, tandis que d'autres continuent longtemps à produire un effet dissuasif, y compris auprès des non visiteurs, modifiant l'image de la destination.

Entre 2001 et 2018, on observe que l'insatisfaction est de moins en moins liée à la Côte d'Azur elle-même (50% des motifs en 2001-09, 42% en 2010-18), grâce notamment à une perception moins négative de la saturation du réseau routier-surfréquentation (item passé de 15% à 10%). Le facteur météo est plus souvent évoqué, confirmant l'impact du changement climatique sur l'insatisfaction (passé de 5% à 7%). Le taux d'insatisfaction liée aux services touristiques augmente de 42% à 51%, notamment la qualité des transports locaux-taxis dont la contribution à l'insatisfaction grimpe de 5% à 14%. La qualité de l'hébergement passe de 13% à 14%. L'insatisfaction exprimée est moins liée au visiteur lui-même (passée de 9% à 6%).

Pour les Français, les motifs cités spontanément sont (% des motifs) :

Trafic-Surfréquentation	15,7%
Transports locaux-taxis	10,9%
Qualité de l'hébergement	9,9%
Climat-météo	8,8%
Prix	8,3%
Accueil	7,5%
Propreté	5,8%
Problèmes personnels	5,6%

Pour les Etrangers, les motifs cités spontanément sont :

Qualité de l'hébergement	15,6%
Prix	14,1%
Transports locaux-taxis	10,0%
Propreté	8,8%
Trafic-Surfréquentation	8,7%
Accueil	8,6%
Inécurité	6,3%
Problèmes personnels	4,1%

Globalement (Français-étrangers), la qualité de l'hébergement vient en tête des motifs d'insatisfaction (13,5%), immédiatement suivie des prix/mauvais rapport qualité-prix (12%). Ces deux items sont surtout cités par les Etrangers, et surtout pour les visiteurs en hébergements marchands. Le trafic routier-circulation-stationnement-surfréquentation constitue le 3<sup>ème</sup> motif avec 11,4% (surtout cité par les Français en hébergements non marchands), devant les transports locaux-taxis, au 4<sup>ème</sup> rang avec 10,4%, et la qualité de l'accueil-incivilités de la population (8,2%), suivi de la propreté (tags, déjections canines, graffiti,...) avec 7,7%, puis du climat-météo (5,9%, surtout cité par les Français). L'insécurité n'est que le 8<sup>ème</sup> motif cité (5,2%).

Autres éléments négatifs (hors problèmes personnels) qui représentent chacun plus de 1% des motifs cités : qualité des restaurants (3,7%), accès aérien (2,9%, incluant grèves et retards ou annulations vols), bruits-nuisances (2,8%), plages (1,7%), jours/heures d'ouverture inadaptés (1,2%), et vie culturelle (1%).

Les primo-visiteurs sont sensibles à la qualité de l'hébergement, principal motif d'insatisfaction (20%) ainsi qu'aux prix/rapport qualité-prix (13,8%), suivi de la qualité des transports locaux-taxis (10,5%), de la propreté (7,3%) et de l'accueil/incivilité (6,7%). Les "habités" placent à égalité le rapport qualité-prix et la qualité de l'hébergement (11%), en 3<sup>ème</sup> les transports locaux-taxis (10,5%), puis le trafic-surfréquentation (9,7%), et la qualité de l'accueil-incivilités (8,7%).