



Enquête de satisfaction des clientèles touristiques en séjour dans la métropole de Bordeaux

TRAVELSAT© COMPETITIVE INDEX, 2024

The logo for Bordeaux Tourisme & Congrès, featuring the word 'Bordeaux' in a large, bold, orange font, with 'Tourisme & Congrès' in a smaller, orange font above it.

Bordeaux Tourisme & Congrès



request@tci-research.com



SOMMAIRE

EVALUER LA QUALITÉ D'EXPÉRIENCE DES VISITEURS DANS LA MÉTROPOLE BORDELAISE

1

Introduction

MÉTHODOLOGIE, ECHANTILLONNAGE

4

Analyses segmentées

MARCHÉ DOMESTIQUE / ÉTRANGERS,
ESPAGNOLS, BRITANNIQUES, ALLEMANDS,
AMÉRICAINS, FAMILLES

2

Résultats détaillés

QUALITÉ DE L'EXPÉRIENCE ET POSITION
DE BORDEAUX VS. NORME EUROCITIES

5

Analyse des dépenses

POIDS DES PRINCIPAUX POSTES,
DÉPENSES MOYENNES PAR NUITÉE PAR
PAX, ANALYSES SEGMENTÉES

3

Analyses transversales

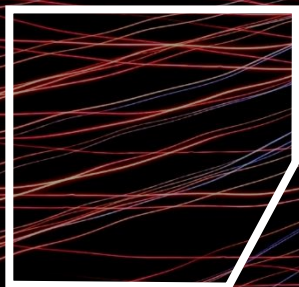
ACCUEIL HUMAIN, RAPPORTS QUALITÉ-
PRIX, COMPORTEMENTS EN SÉJOUR

6

Conclusions

FAITS MARQUANTS, À RETENIR !





TRAVELSAT[®] Competitive Index

MÉTHODOLOGIE ET ÉCHANTILLONNAGE

L'étude de référence mondiale

SOLUTION DE BENCHMARKING DE L'EXPÉRIENCE VISITEUR



L'étude de référence mondiale et indépendante

Endossée et utilisée par les autorités du tourisme (UNWTO, ETC, ECM, Atout France etc.) 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

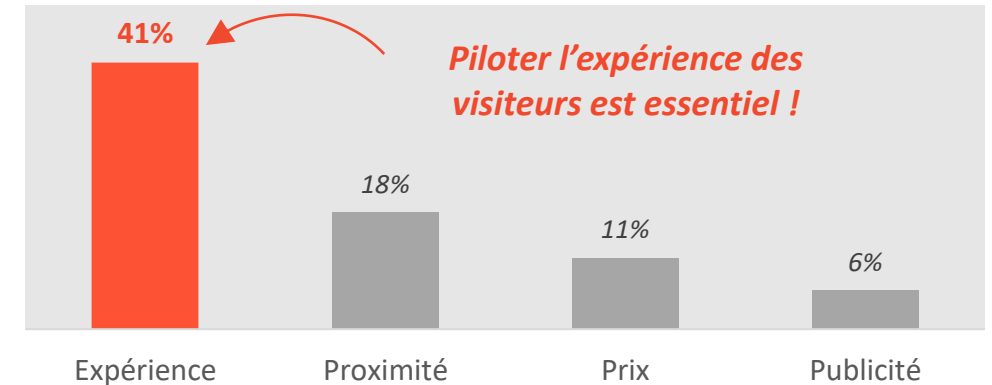
Normes géographiques, par marchés, par segments de voyageurs ou géo-thématiques (familles, millénials, Business /MICE, city breakers, séjours culturels, séjours APN, balnéaires etc.).



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
- Rapport qualité-prix du séjour
- Intention de recommandation (NPS)

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
- 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

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 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)

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

Méthodologie

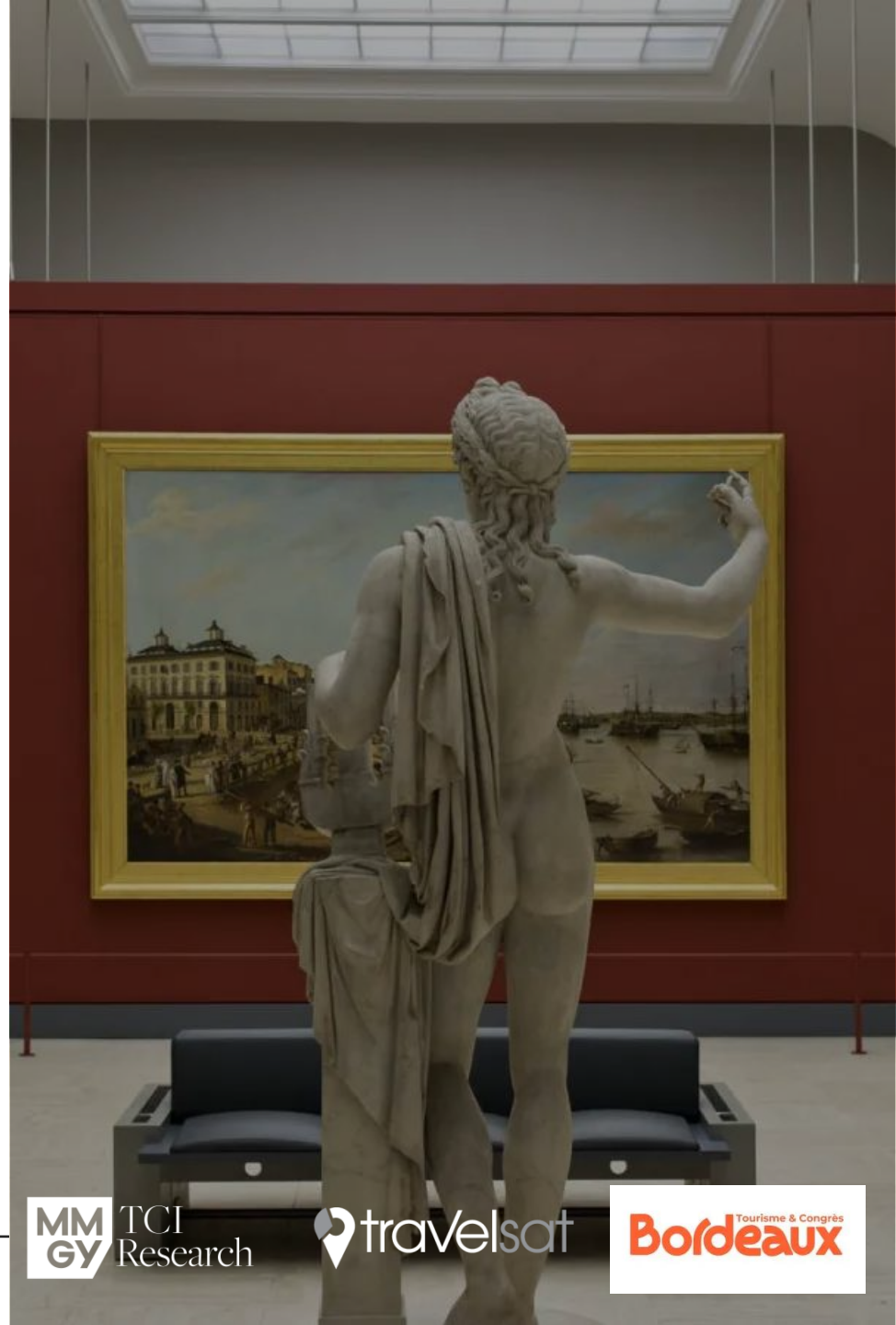
COMMENT LES DONNÉES SONT-ELLES COLLECTÉES ?

Des recrutements de visiteurs opérés par Bordeaux Tourisme & Congrès

- **Visiteurs ayant passé au moins une nuit dans la métropole**, ayant fréquenté l'Office de Tourisme ou acheteurs de prestations *via* la plateforme de commercialisation Web de Bordeaux Métropole et distributeurs OTA,
- **Interrogation post-séjour** par MMGY TCI Research,
- Période de l'enquête : de **début avril à fin octobre 2024**,
- Un total de **1.452 enquêtes** générées dans la métropole de Bordeaux.

Un questionnaire en ligne standardisé, multilingue

- Un **questionnaire disponible en 14 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 pratiques** des visiteurs permettant de larges possibilités de segmentation,
- La **standardisation** permet d'assurer la cohérence du benchmarking entre destinations et marchés,
- La calibration de l'échantillon repose sur les dernières **données de référence** disponibles communiquées par Bordeaux Tourisme.



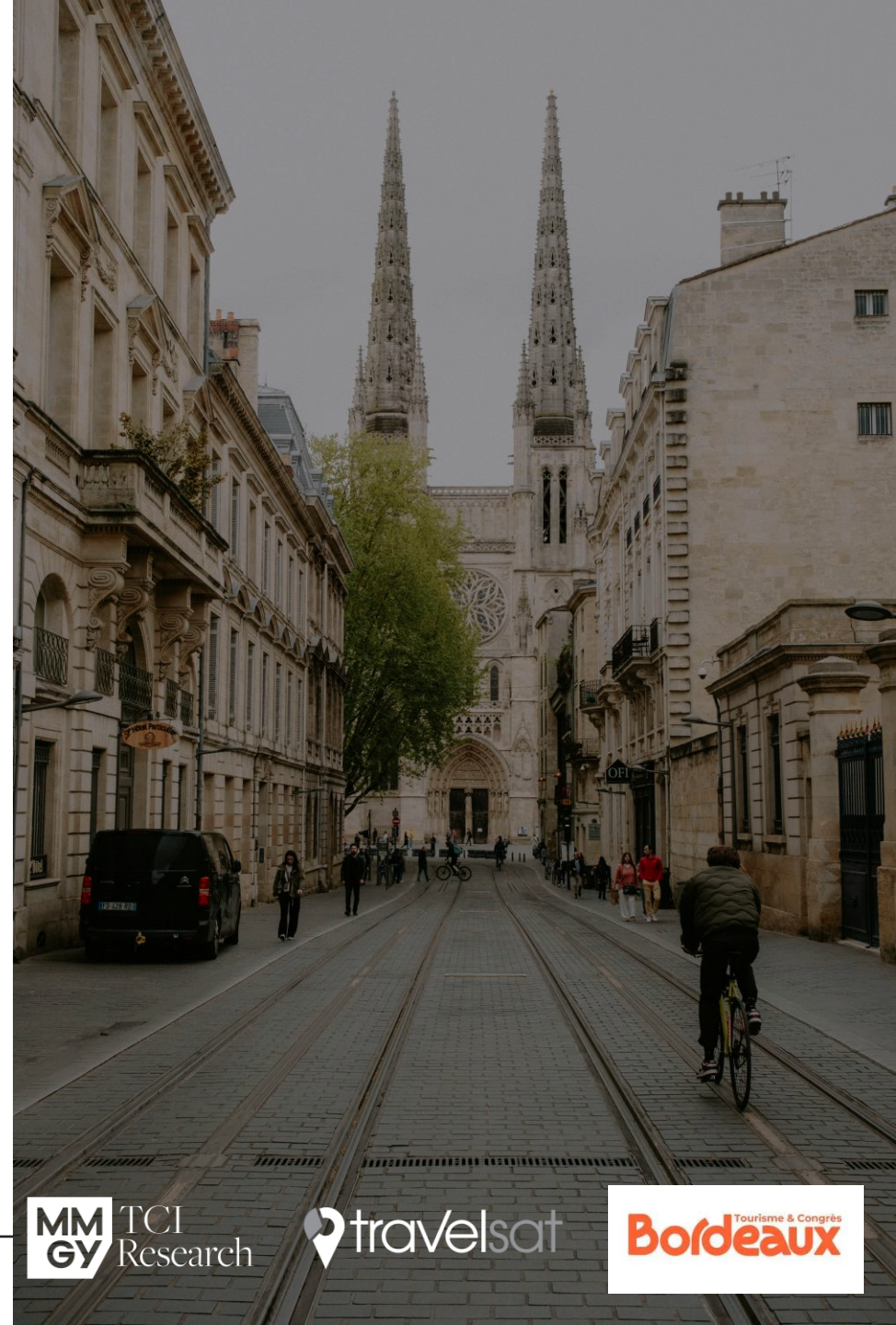
Echantillonnage

PONTS DE REPÈRES

- **Structure de l'échantillon**
 - Un total de **1.452 enquêtes complètes** menées auprès de visiteurs en séjour dans la métropole de Bordeaux.
 - Rappel de la **cible éligible** : touristes français ou étranger, âgés de 18 ans et plus, ayant séjourné **au moins une nuit** dans la métropole pour un **motif d'agrément** (tourisme de loisir & affinitaire).
 - **51% de visiteurs français et 49% de visiteurs étrangers** issus de plus de 40 marchés émetteurs. Poids des principaux marchés étrangers (TOP 5) : **Espagne (10,3%), UK (7,6%), Allemagne (4,5%), USA (4,2%) et Italie (2,6%)**.
 - Un total de **7 segments d'analyse retenus** : marché domestique / total marchés internationaux, marchés espagnol, britannique, allemand, américain, les familles.
 - **1 norme de comparaison des résultats** : la norme **Eurocities** (moyenne agrégée constituée de plus de 35 destinations urbaines européennes).



Détail de la norme EUROCITIES (> 7.500 interviews) : Amsterdam, Nice, Toulouse, Lyon, Bordeaux, Barcelone, Berlin, Bruxelles, Bruges, Budapest, Cork, Dublin, Dubrovnik, Edinburgh, Florence, Genève, Zurich, Gênes, Istanbul, Lisbonne, Ljubljana, Londres, Madrid, Milan, Munich, Paris, Porto, Prague, Rome, Salzburg, Sofia, Turin, Venise, Vienne, Copenhague, Athènes.



Profil de l'échantillon

VUE GÉNÉRALE

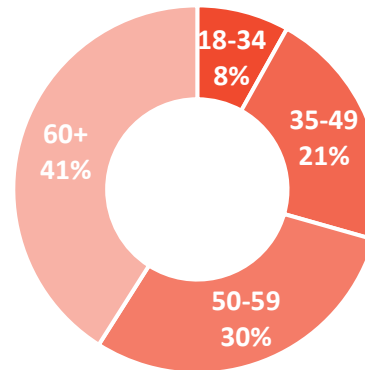
Un échantillon total de
1.452 répondants



Période du séjour

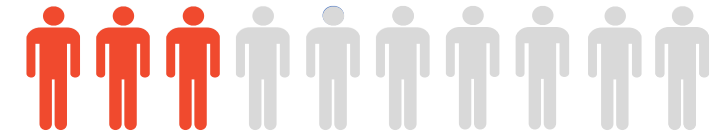


Âge des répondants



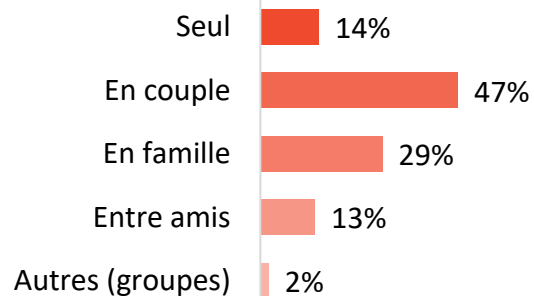
Part de « repeaters »

70% de primo-visiteurs
30% ont déjà visité la destination

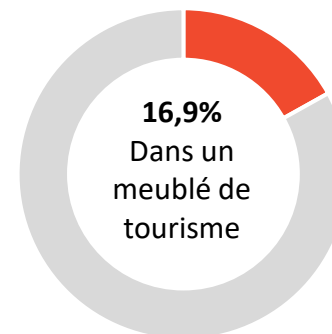


↳ 6% sont des fidèles (déjà venus 5 fois ou +)

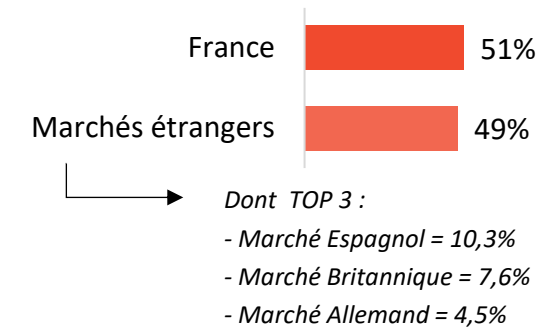
Cellule de voyage



Part des locatifs



Poids du marché domestique





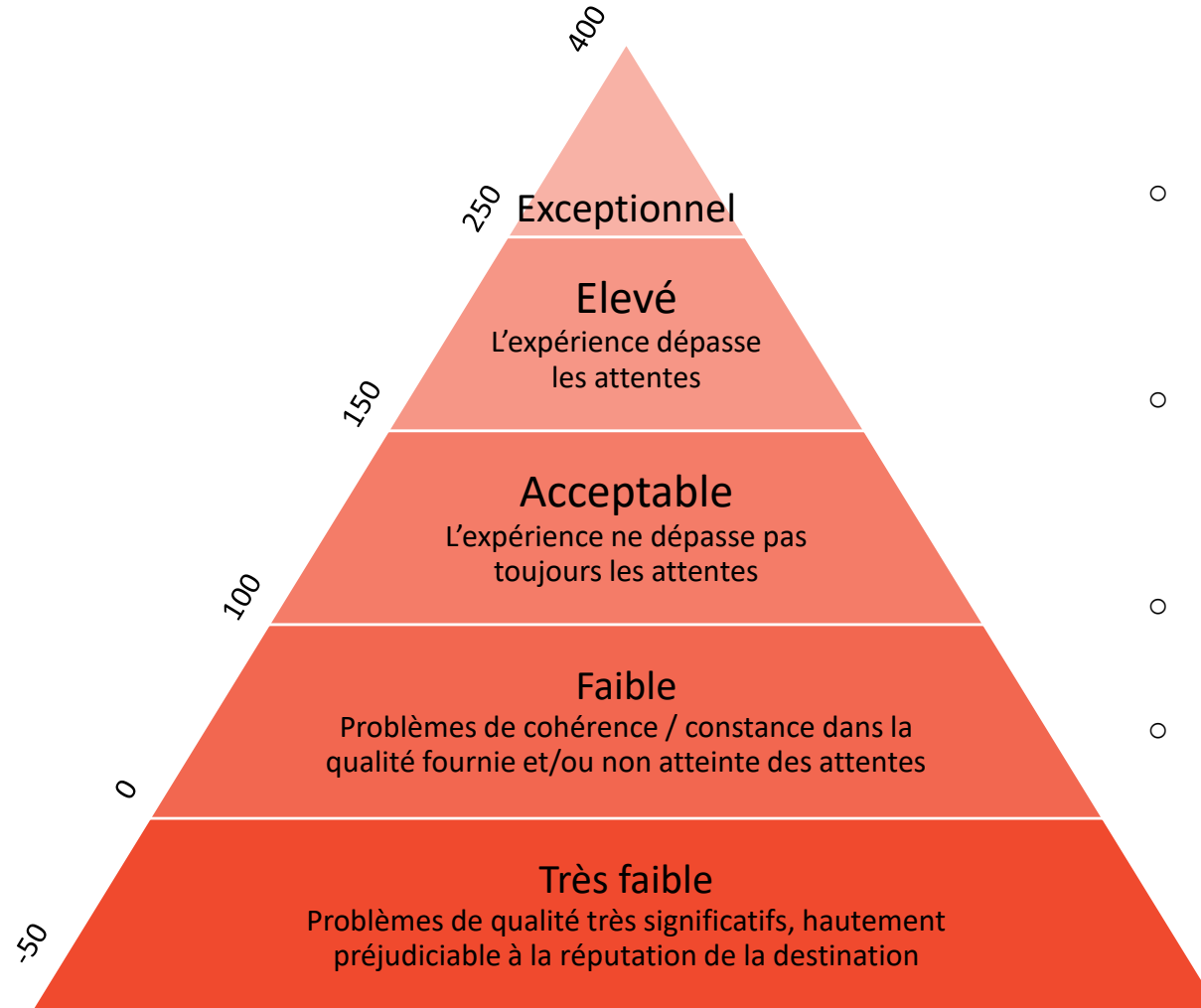
Satisfaction détaillée des visiteurs

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ-QUALITÉ DANS LA MÉTROPOLE DE BORDEAUX

NB : Les évolutions des indices de Bordeaux Métropole et de la norme Eurocities sont calculées en comparaison avec 2019.

Les indices TRAVELSAT® Competitive Index

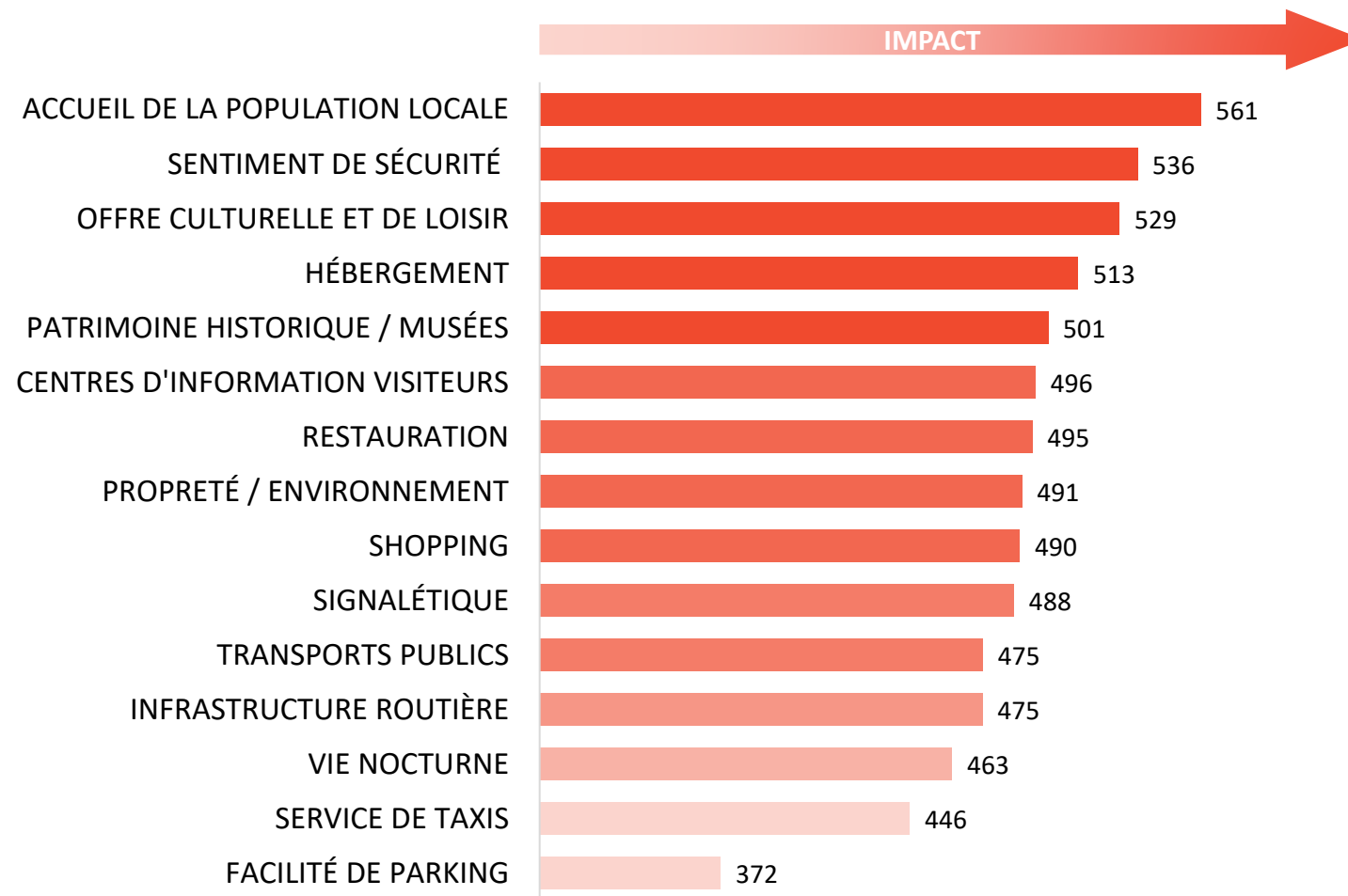
PRINCIPES ET DÉFINITION



- L'indice TRAVELSAT® Index 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.

Optimiser l'expérience en agissant sur tous les leviers

CLASSEMENT DES FACTEURS QUI INFLUENCENT LA SATISFACTION DES VISITEURS

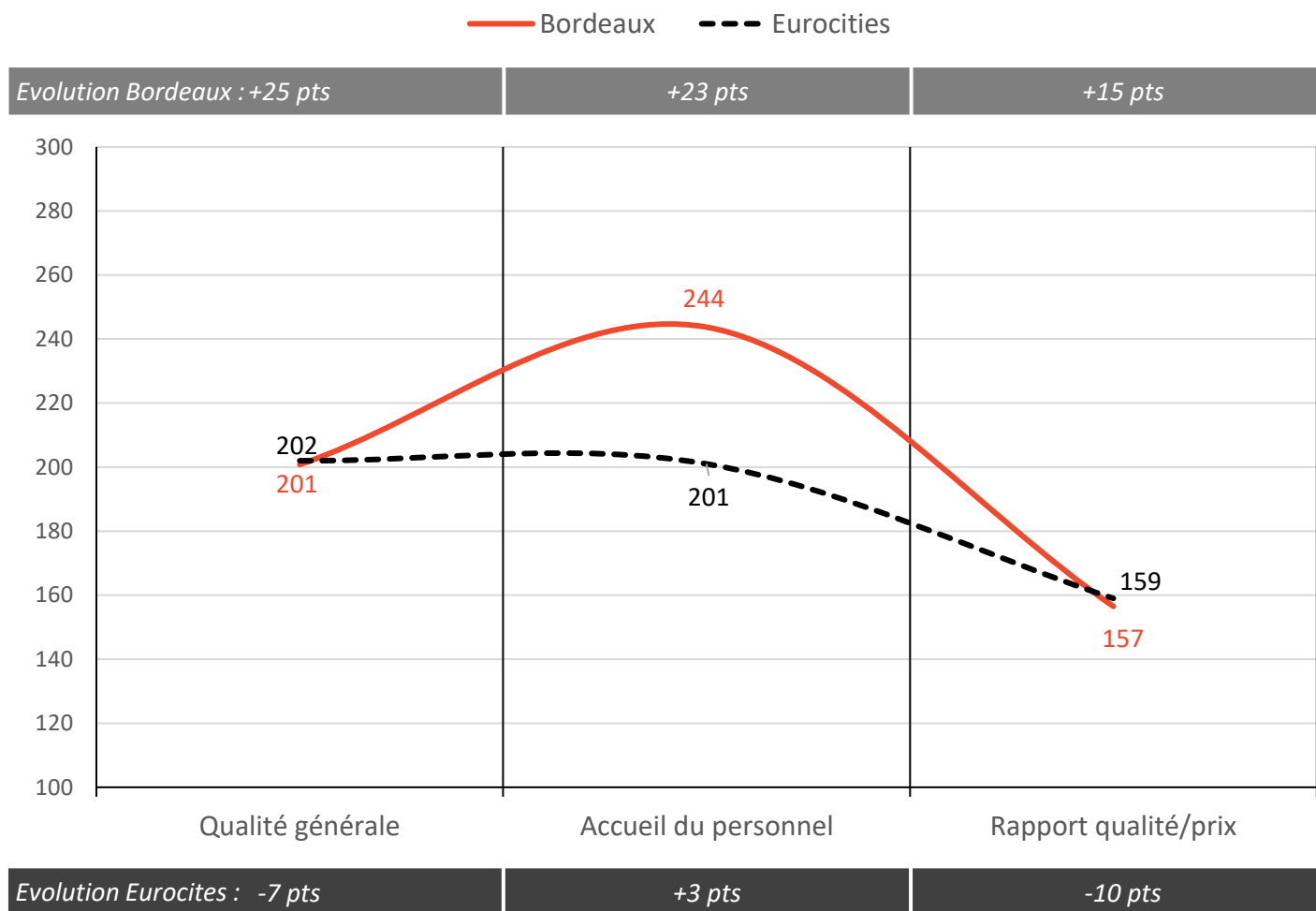


La qualité d'expérience
des visiteurs repose sur
des critères **TANGIBLES**
et **INTANGIBLES**.

*Source : TRAVELSAT® Index – Destinations urbaines européennes, 2024.
L'analyse de corrélation mesure l'intensité de relation entre chacune des thématiques étudiées et la satisfaction globale.*

Les hébergements

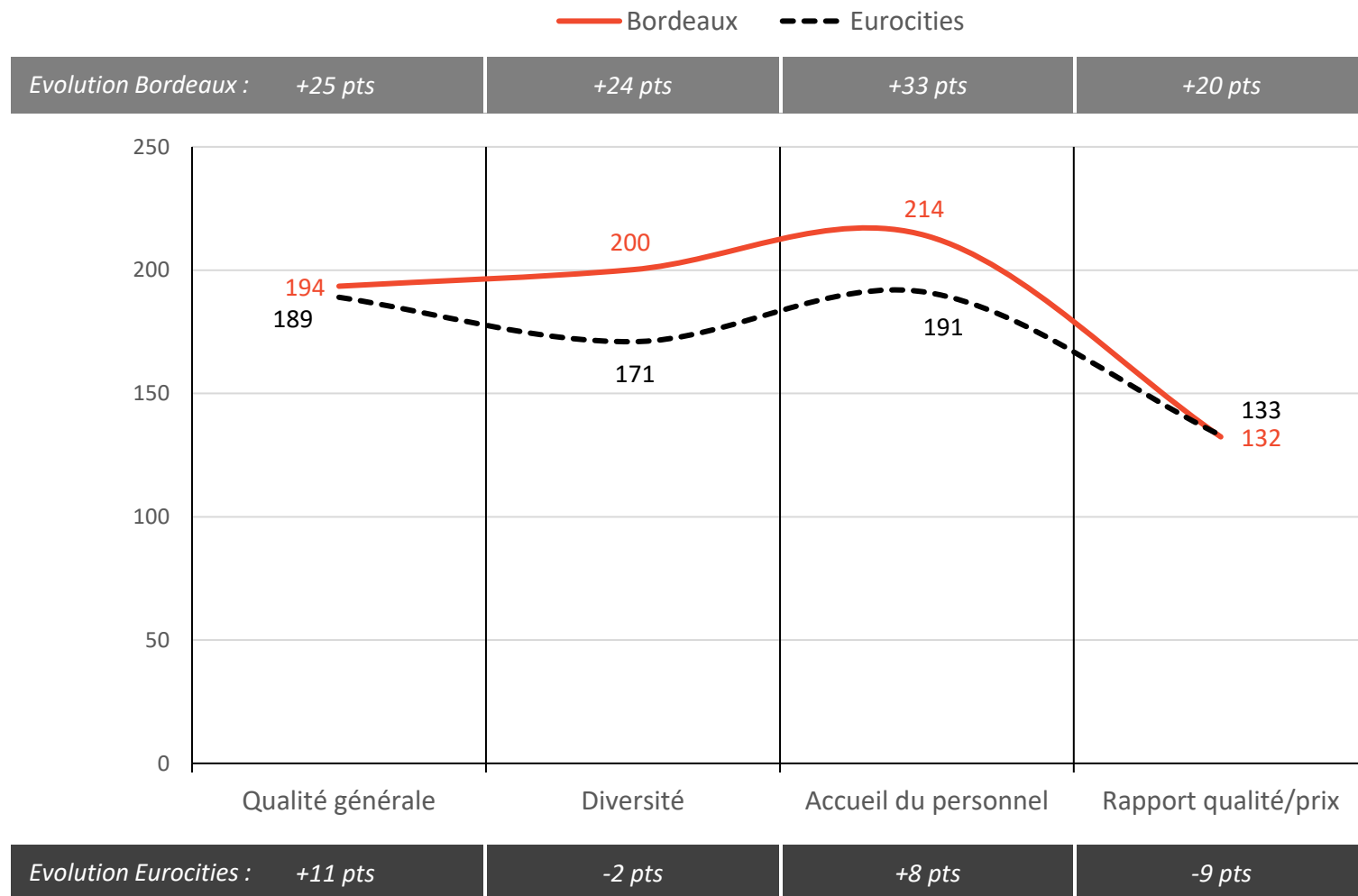
ANALYSE CONCURRENTIELLE



- La **qualité générale des hébergements à Bordeaux est dans la norme** : un score équivalent à Eurocities. Elle a progressé en comparaison à 2019 (+25 pts) quand la norme a plutôt diminué (-7 pts).
- L'**accueil du personnel est jugé très concurrentiel** avec un indice de 244 (qui progresse de 23 pts) qui surpasse nettement la norme Eurocities : un atout pour Bordeaux !
- Le **rapport qualité-prix est perçu relativement correct**, en ligne avec la norme Eurocities ; il a progressé à Bordeaux... quand il s'est détérioré dans la norme Eurocities.

La restauration

ANALYSE CONCURRENTIELLE



- Bordeaux se situe **dans la norme sur la thématique** et se **distingue favorablement en matière de variété de la cuisine locale** avec un indice de 200.
- A l'instar des hébergements, **l'accueil du personnel dans les restaurants est bon** (indice de 214, soit 23 pts au-dessus la norme Eurocities).
- **Le rapport qualité-prix fait jeu égal avec la norme Eurocities et progresse de 20 points** quand la norme perd 9 points sur la même période.

Les transports – (1/2)

ANALYSE CONCURRENTIELLE

— Bordeaux — Eurocities

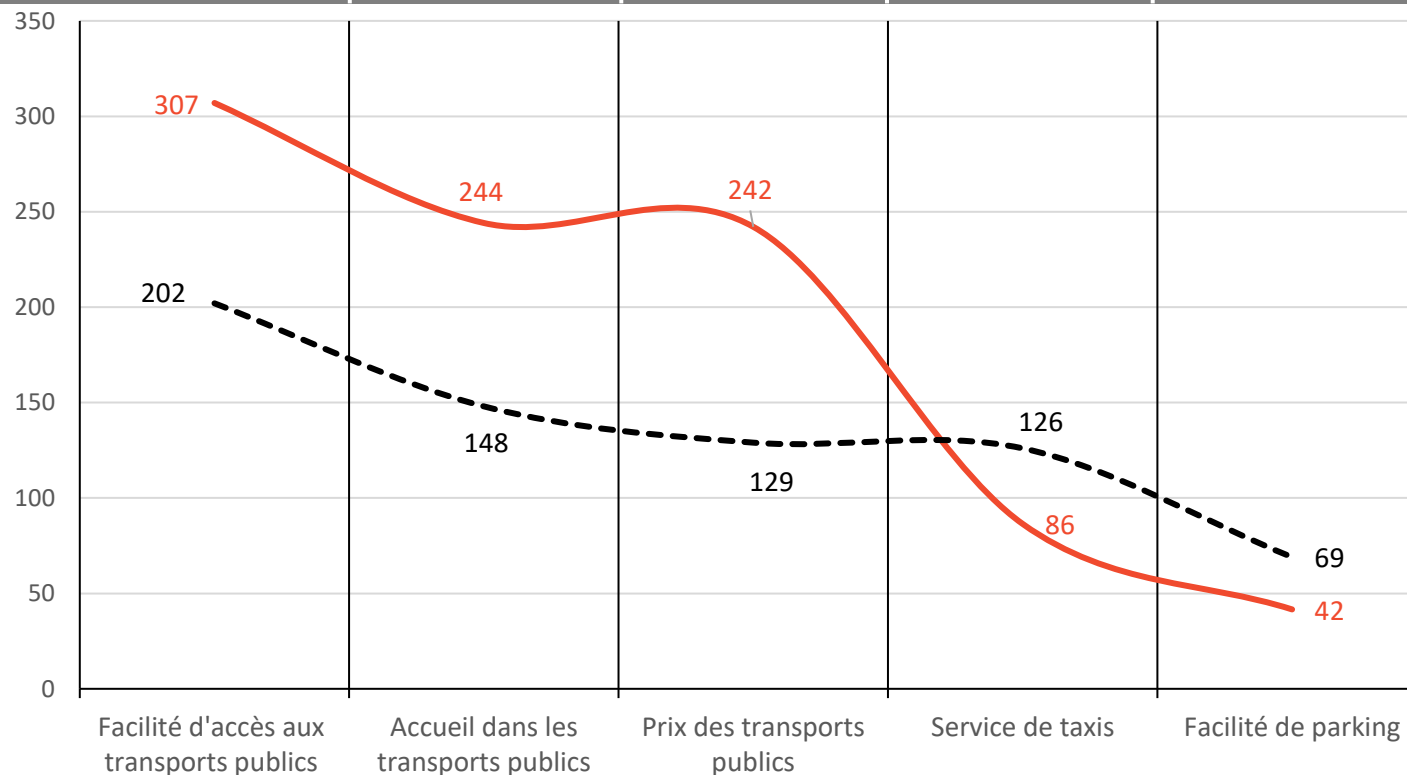
Evolution Bordeaux : +34 pts

+27 pts

+31 pts

+77 pts

+28 pts



Evolution Eurocities : -12 pts

+14 pts

+3 pts

+16 pts

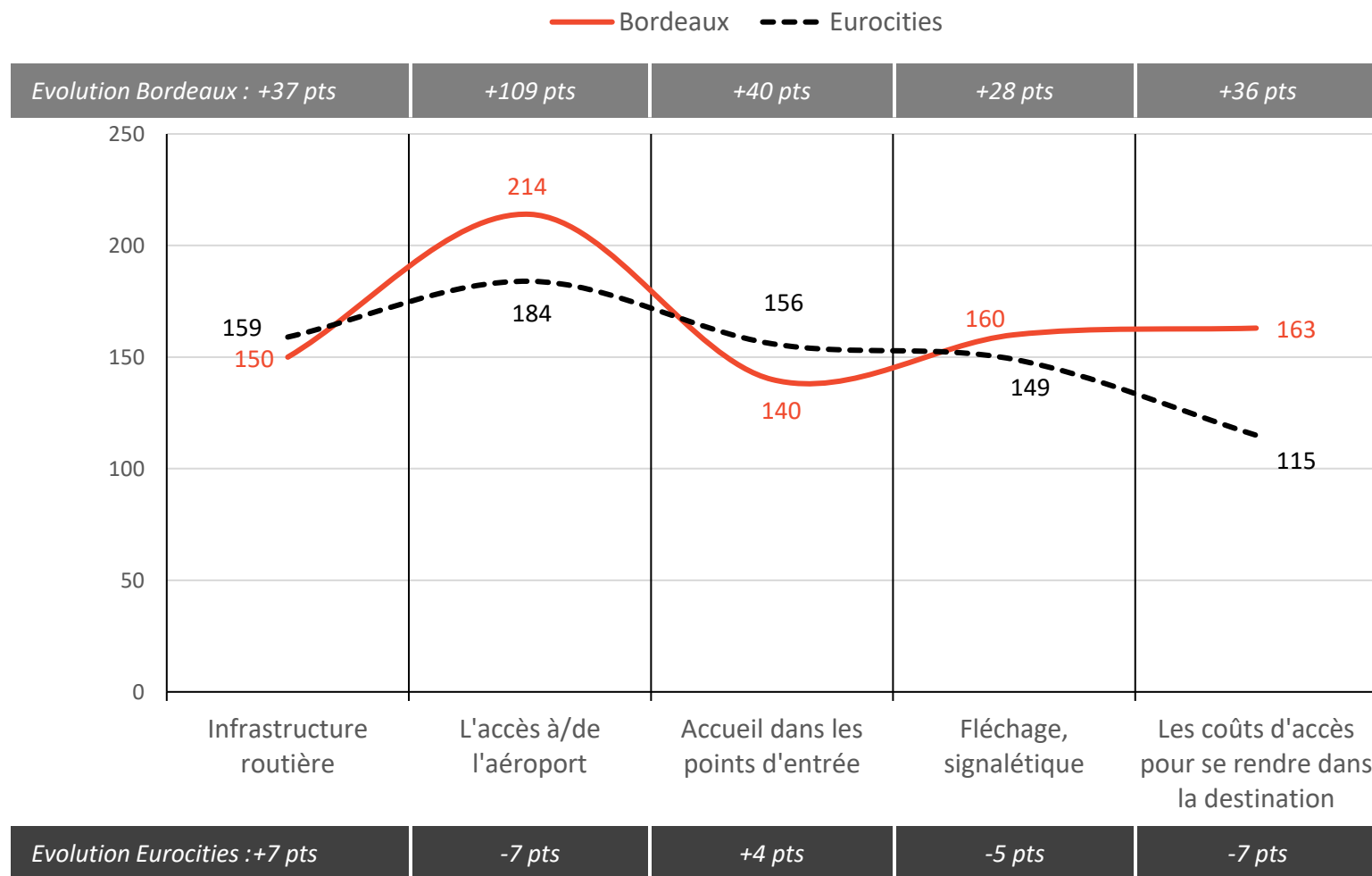
-24 pts



- Bordeaux surpasse largement l'ensemble la norme de référence sur plusieurs critères : **facilité d'accès** (+105 pts Vs Eurocities), **accueil du personnel** (+96 pts) et **prix des transports publics** (+113 pts).
- Le score de **Bordeaux concernant le service de taxis s'est considérablement amélioré** en comparaison à 2019 (+77 pts), même s'il reste sous la norme Eurocities.
- Bordeaux affiche également un **score inférieur à la norme Eurocities pour ce qui concerne la facilité de parking** (-27 pts).

Les transports – (2/2)

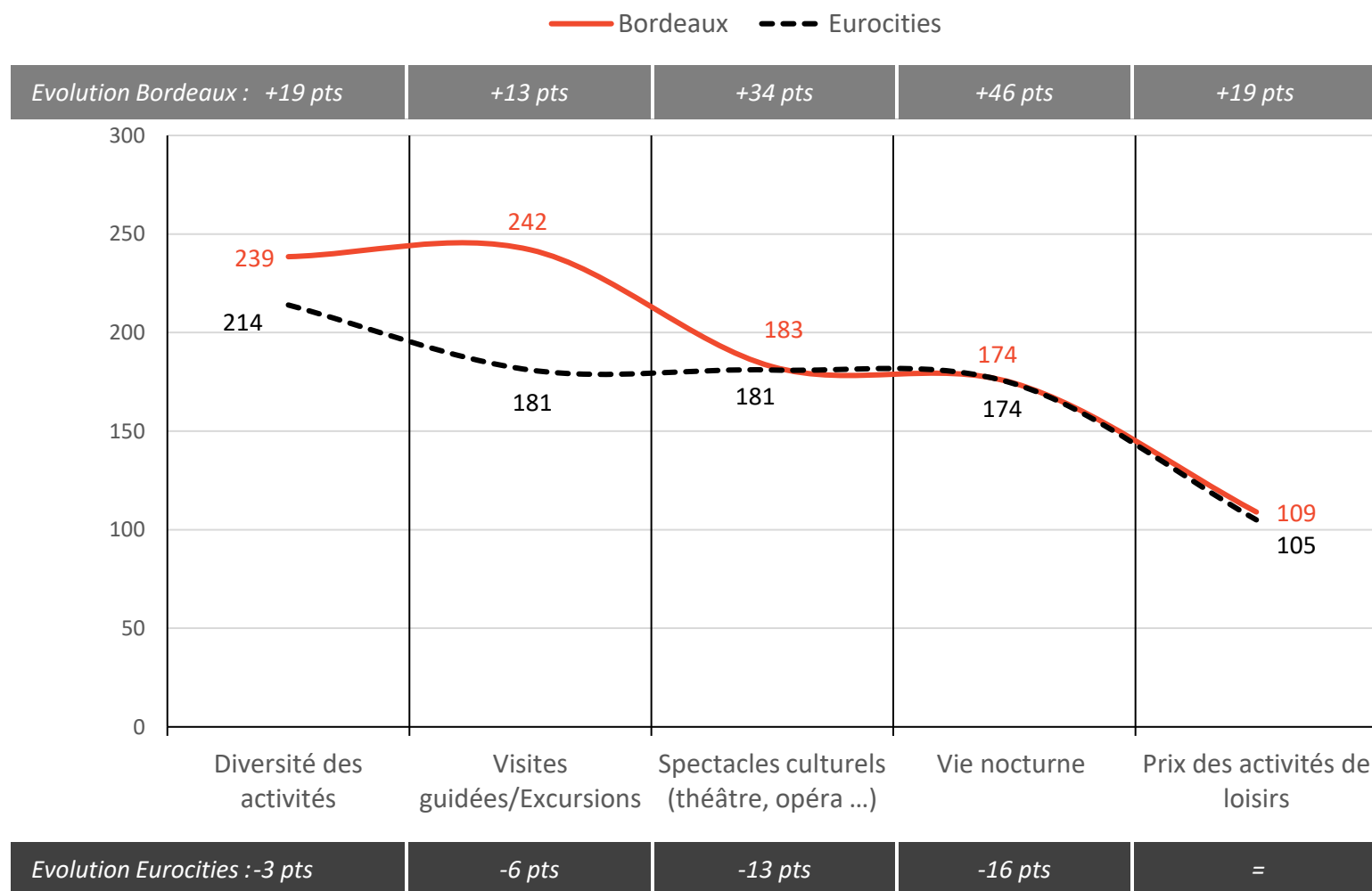
ANALYSE CONCURRENTIELLE



- En dépit des progressions observées par rapport à 2019, **l'infrastructure routière reste légèrement sous la norme** (-9 pts Vs Eurocities) **de même que l'accueil dans les trains, gares et aéroports** (-16 pts).
- En revanche, **l'accès à l'aéroport s'est nettement amélioré** (+109 pts) : la mise en service de la ligne A du tramway en début d'année peut naturellement expliquer cette forte évolution. **Les coûts pour se rendre dans la destination sont jugés concurrentiels** par rapport à la norme Eurocities.
- Enfin, la **signalétique pour orienter les visiteurs est plutôt bonne** avec un indice situé à 160 points, au-dessus de la norme Eurocities (+11 pts).

Les activités culturelles et de loisirs

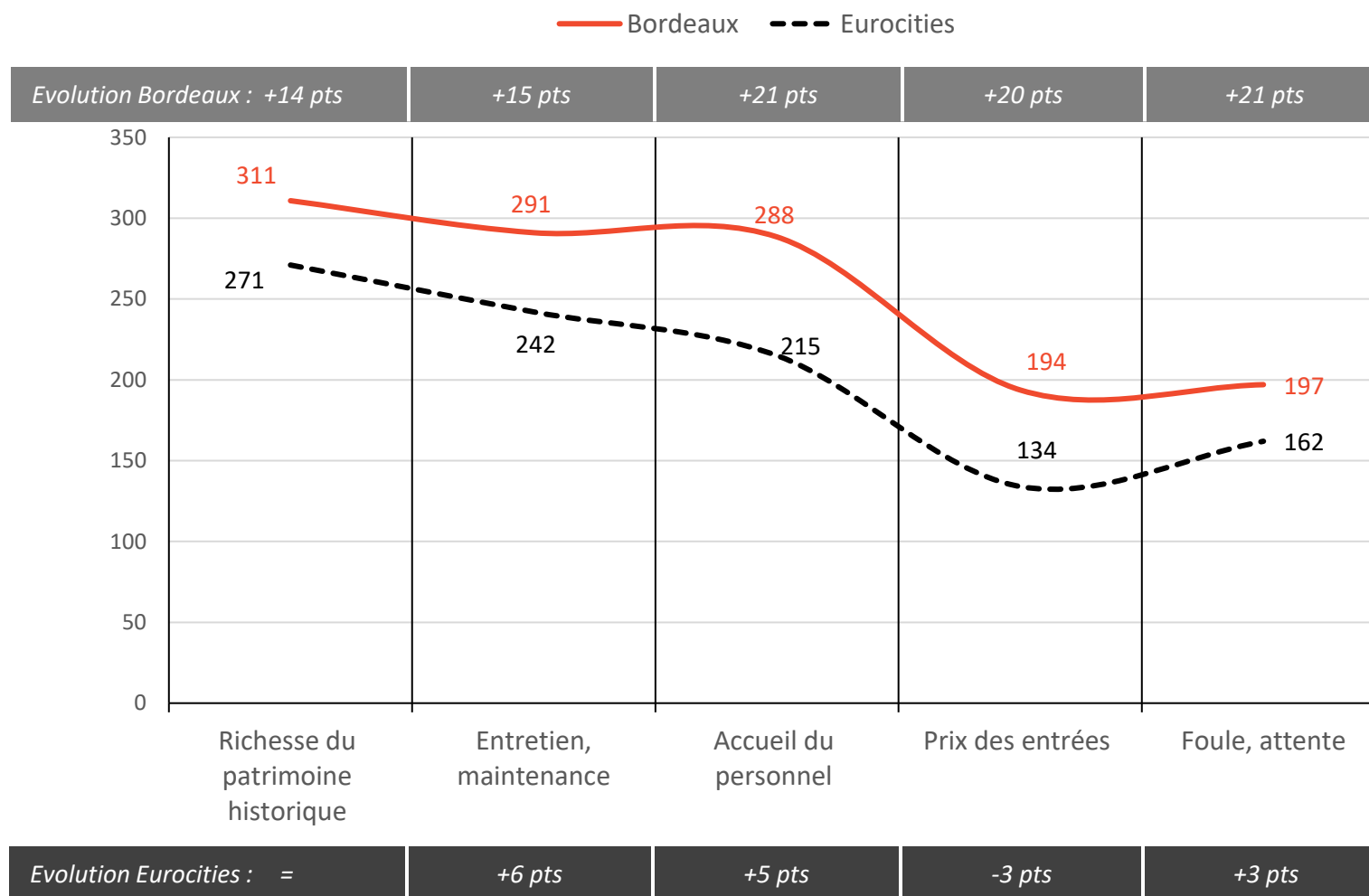
ANALYSE CONCURRENTIELLE



- L'offre d'activités culturelles et de loisir s'avère très concurrentielle à Bordeaux (diversité des activités, spectacles culturels, visites guidées / excursions) : Bordeaux dépasse les la norme de référence sur les critères de diversité et plus encore pour ce qui concerne les visites guidées proposées.
- Bordeaux tend à faire jeu égal avec la norme Eurocities en ce qui concerne les spectacles culturels proposés, la vie nocturne et le prix des activités de loisir : des thématiques sur lesquelles Bordeaux dispose de marges de progression.

Le patrimoine historique (monuments, musées...)

ANALYSE CONCURRENTIELLE

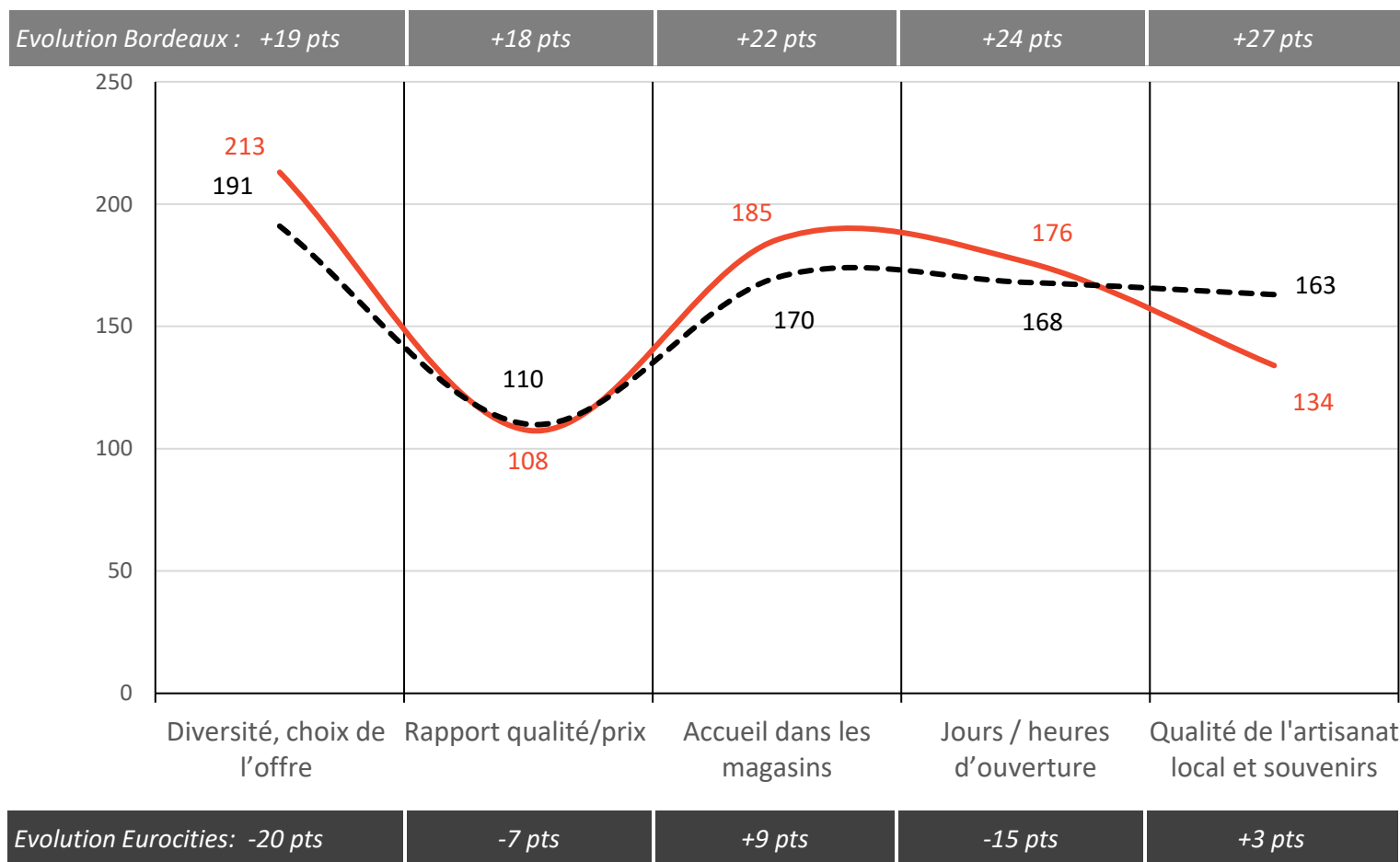


- Le **patrimoine historique** reste un domaine d'excellence pour Bordeaux qui affiche des scores absolus particulièrement élevés et supérieurs au benchmark sur tous les critères. Ainsi, la **richesse du patrimoine** est très concurrentielle avec un indice de 311 (+40 pts vs Eurocities). Il en va de même **pour l'entretien et la valorisation des sites** (+49 pts vs Eurocities) et **l'accueil du personnel** qui se démarque favorablement (+73 pts vs Eurocities).
- Le **prix des entrées dans les sites** est bien évalué également et place Bordeaux au-dessus de la norme (+60 pts vs Eurocities). La **gestion des flux au sein des sites** semble **satisfaisante** pour les visiteurs, plaçant Bordeaux également au-dessus de la norme Eurocities : bravo !

Le shopping

ANALYSE CONCURRENTIELLE

— Bordeaux — Eurocities

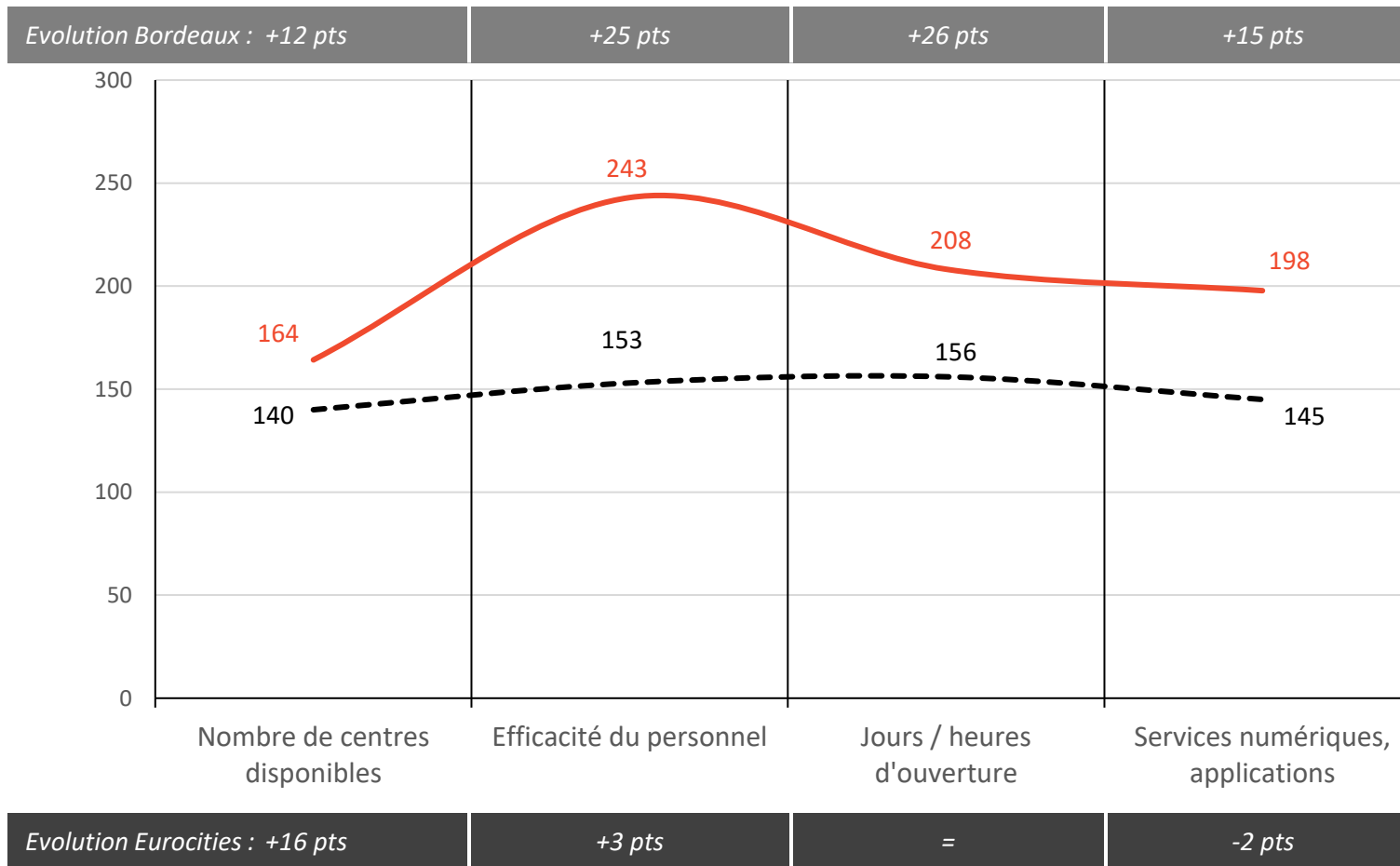


- Pour la thématique du shopping, Bordeaux est globalement dans la norme : la performance est plutôt bonne pour ce qui concerne la **variété de l'offre**.
- Encore une fois, **l'accueil humain dans les magasins performe très bien** avec un indice de 185, +15 pts au dessus de la norme Eurocities.
- En revanche, la **qualité de l'artisanat local et les possibilités d'achat de souvenirs semblent plus limitées** (indice de 134, sous la norme de référence).

L'information touristique et les services numériques

ANALYSE CONCURRENTIELLE

— Bordeaux — Eurocities

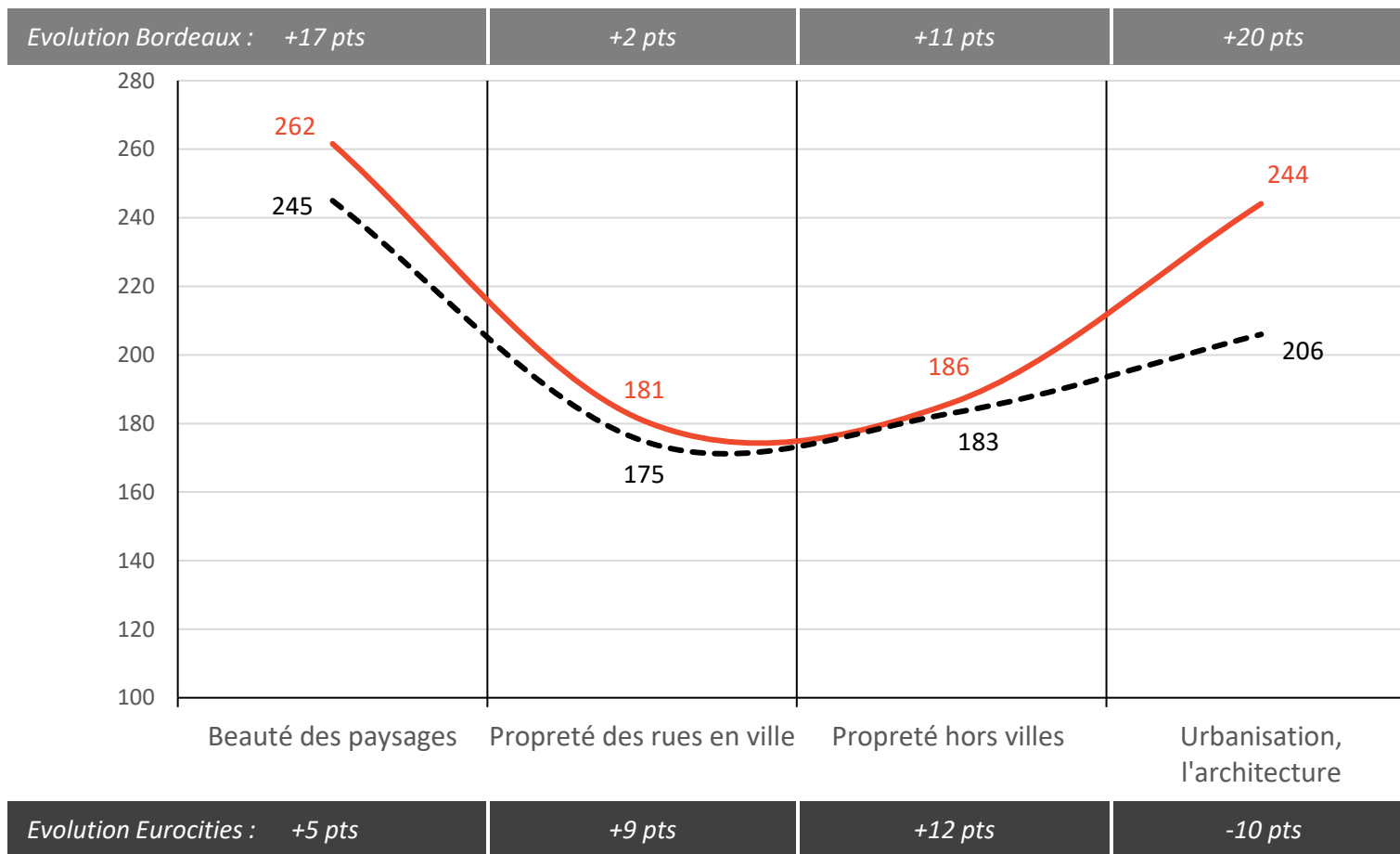


- A l'instar des résultats de 2019, une **excellente performance de Bordeaux en matière d'information des visiteurs**, s'agissant de **l'efficacité du personnel** dans les offices de tourisme, des **jours / horaires d'ouverture** et de **qualité des outils numériques** proposés pour accompagner les visiteurs en séjour.
- Les **scores sont nettement au-dessus de la norme** de référence, en particulier l'indice d'efficacité du personnel (+90 pts en comparaison à la norme Eurocities).

L'environnement

ANALYSE CONCURRENTIELLE

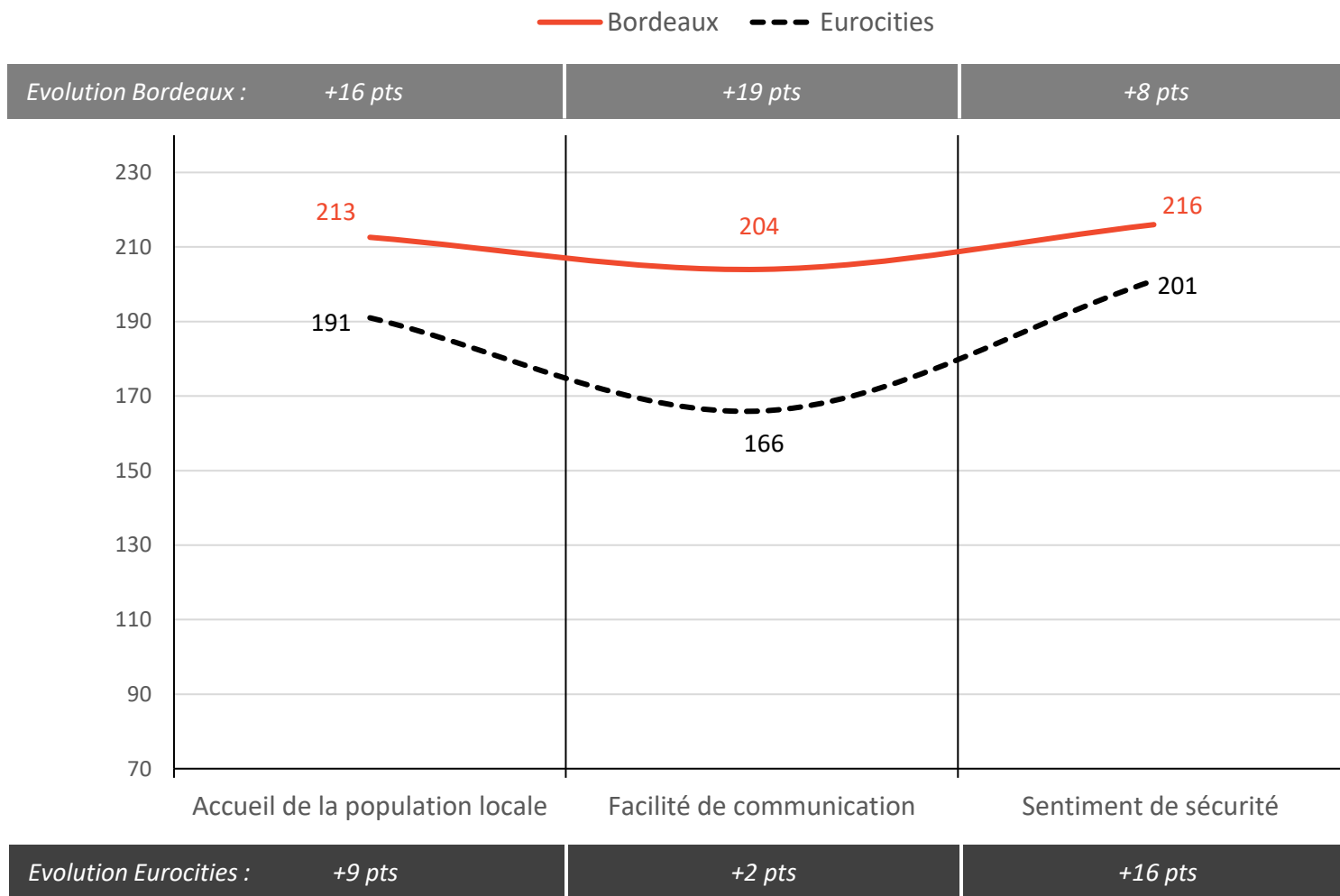
— Bordeaux — Eurocities



- **Bordeaux se place au dessus de la norme Eurocities s'agissant de la beauté des paysages**, avec des indices particulièrement élevés.
- **En ce qui concerne la propreté des rues en ville et en dehors, Bordeaux se situe dans la norme** avec respectivement +6 pts et +3 pts.
- A l'instar des résultats observés en 2019, **Bordeaux se distingue nettement des normes sur la qualité de l'architecture et la gestion de l'urbanisme.**

L'accueil des locaux, le sentiment de sécurité

ANALYSE CONCURRENTIELLE



- **L'accueil par la population locale** est bien évalué par les visiteurs à Bordeaux, avec un score de 213 points (+22 pts vs Eurocities) et une évolution favorable de +16 pts en comparaison à 2019 quand la norme Eurocities progresse de 9 points.
- La **facilité de communication** est également concurrentielle (+38 pts vs Eurocities), de même que le **sentiment de sécurité**, un critère qui, même si il a peu évolué, se place 15 pts au dessus de la norme Eurocities. Notons cependant que la norme Eurocities a progressé de 16 points sur ce dernier critère, soit deux fois plus que la métropole bordelaise.

Indicateurs clés de performance

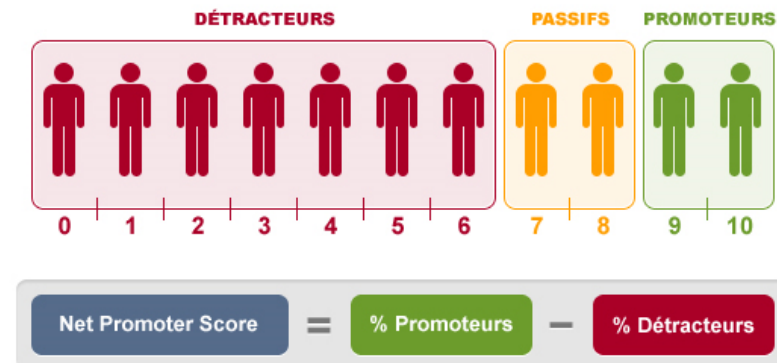
SYNTHÈSE DES KPI'S



	Satisfaction générale	Rapport qualité-prix	Score de recommandation (NPS)
BORDEAUX	217 (+7 pts vs. 2019)	171 (+17 pts)	63
<i>Norme EUROCITIES</i>	<i>210 (+7 pts vs. 2019)</i>	<i>149 (-18 pts)</i>	<i>49</i>

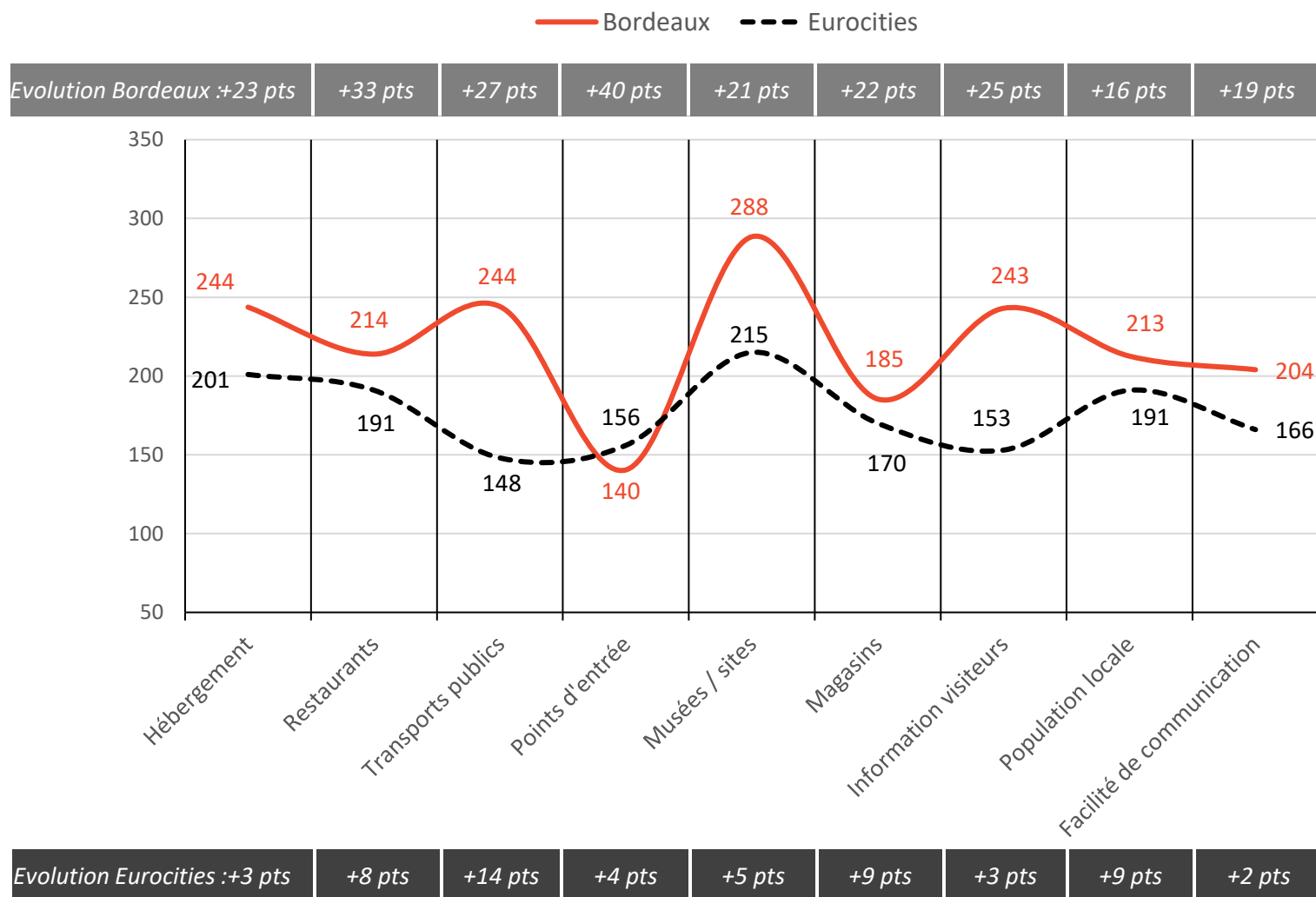
- **L'indice de satisfaction globale** s'élève à 217 points : un **score supérieur à la norme Eurocities**. Ainsi, l'écart à la norme Eurocities reste constant en comparaison à 2019 (+7 pts en faveur de Bordeaux).
- La perception du **rapport qualité-prix du séjour progresse de 17 pts à Bordeaux et place Bordeaux nettement au-dessus de la norme Eurocities** (+22 points) qui recule.
- Enfin, **l'indice de recommandation (NPS) s'établit à 63**, un excellent score, qui place Bordeaux loin devant la moyenne Eurocities (+14 points) : une belle « marque », attractive, que les **visiteurs recommandent volontiers** !

A PROPOS DU NPS (NET PROMOTER SCORE)



Critères d'accueil « humain »

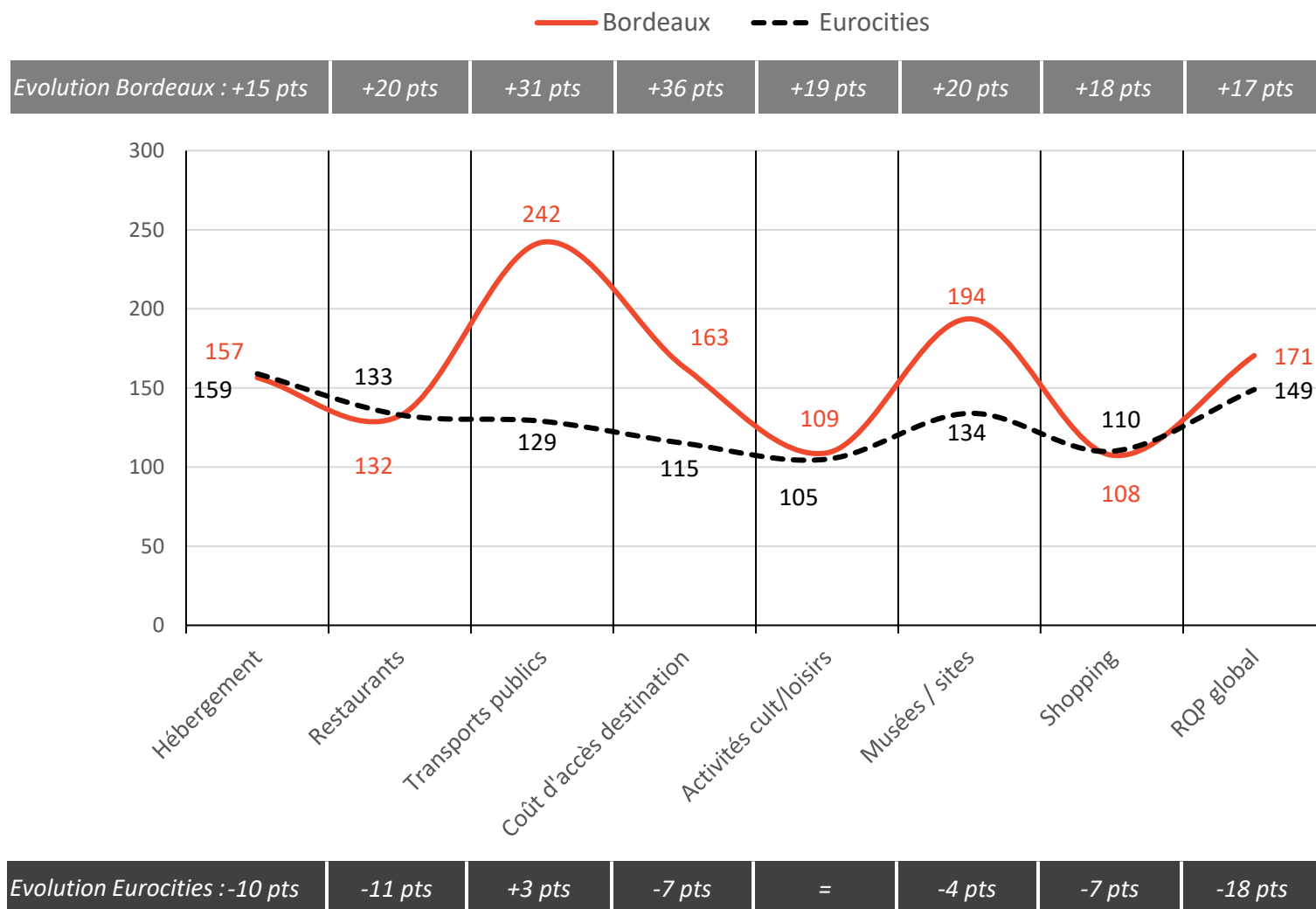
ANALYSE TRANSVERSALE



- Dans l'ensemble, les **critères d'accueil humains sont concurrentiels à Bordeaux.**
- Soulignons notamment la **bonne performance dans les hébergements, dans les sites de visite / musées, dans les transports publics** ou encore dans les **centres d'information touristiques.**
- Seul l'**accueil dans les points d'entrée (gares, aéroports, ports) est en retrait et mériterait s'améliorer** (-16 pts vs Eurocities) ... même si ça a nettement progressé par rapport à 2019 (+40 pts).

La perception des prix et rapports qualité-prix

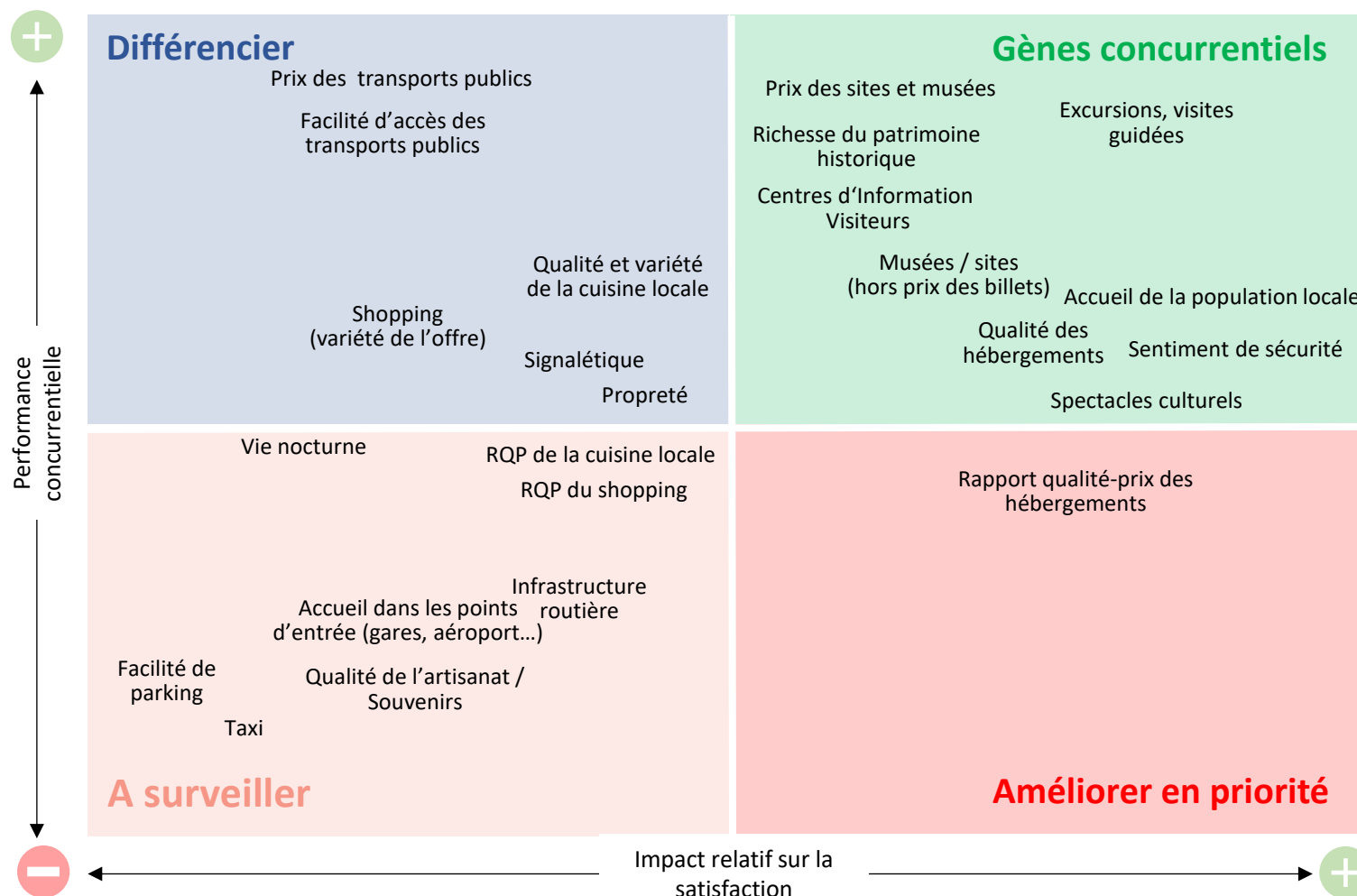
ANALYSE TRANSVERSALE



- La **perception du rapport qualité-prix des transports publics** est particulièrement concurrentielle à Bordeaux, la destination atteignant un score de 242, surpassant ainsi la norme Eurocities de 113 pts !
- Les **coûts d'accès à la destination** ainsi que les **prix des billets pour les musées et sites historiques** sont également bien évalués.
- Les scores sur les **autres critères apparaissent plus mitigés**, en particulier pour ce qui concerne **les activités culturelles et de loisirs** (indice de 109) ou encore en matière de **shopping** (indice de 108). Des scores perfectibles, qui restent cependant dans la moyenne Eurocities.

Bilan Importance / Performance

BORDEAUX EN COMPARAISON À LA NORME EUROCITIES

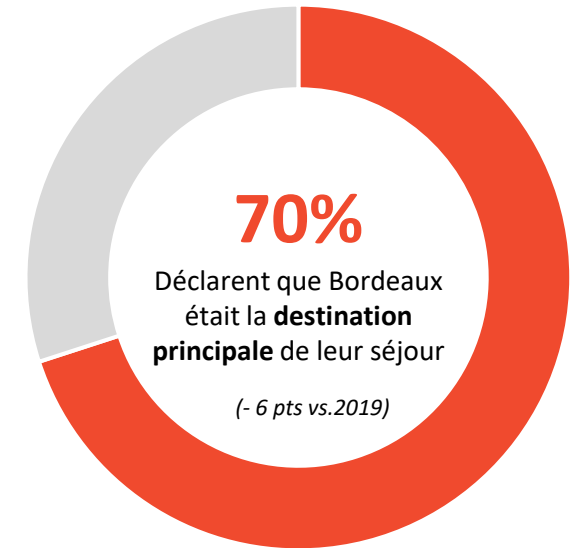
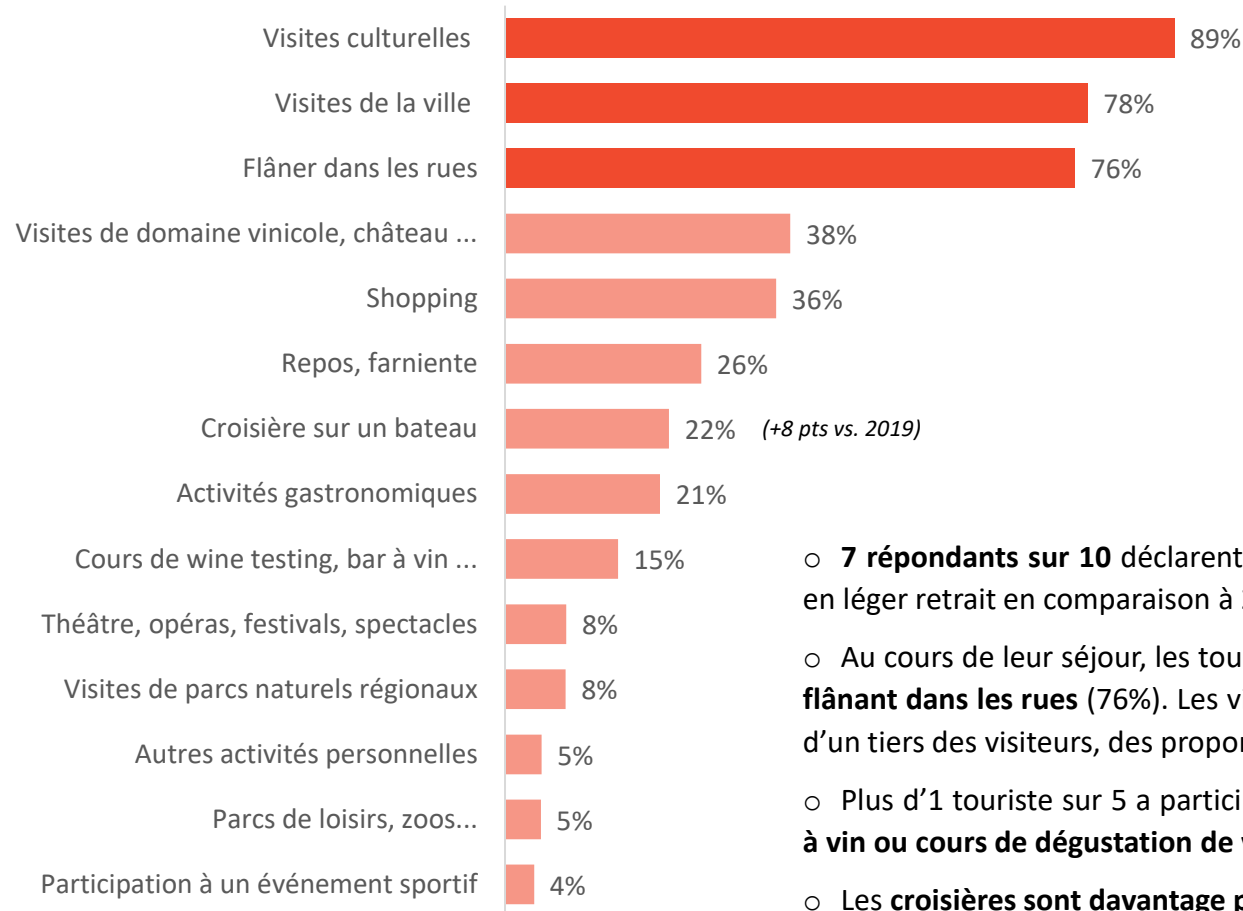




Comportements en séjour des visiteurs

Activités pratiquées sur place

ACTIVITÉS PRATIQUÉES RÉGULIÈREMENT DURANT LE SÉJOUR

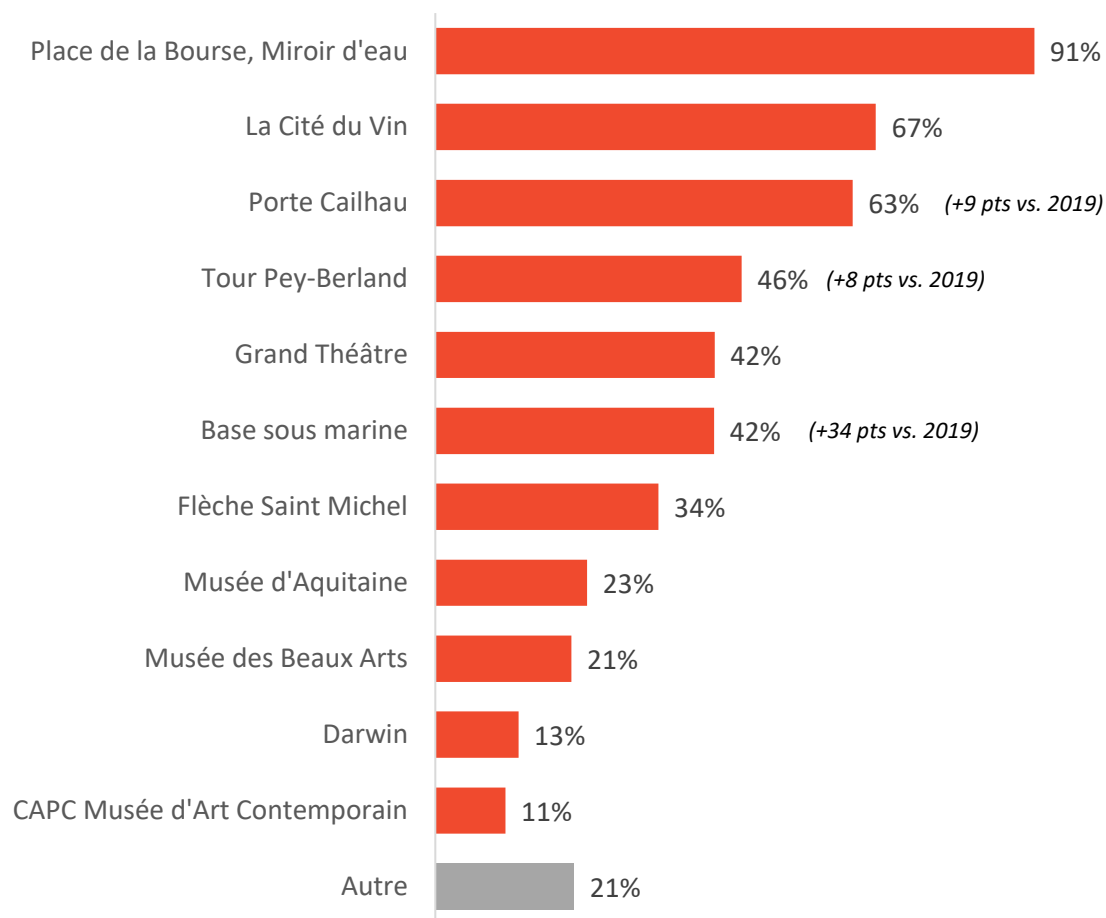


- **7 répondants sur 10** déclarent que Bordeaux était la **destination principale** de leur séjour ; une proportion en léger retrait en comparaison à 2019 (-6 points).
- Au cours de leur séjour, les touristes ont privilégié **les visites culturelles** (89%) et la **visite de la ville** (78%) en **flânant dans les rues** (76%). Les visites de **domaines vinicoles**, ainsi que le **shopping**, ont été pratiqués par plus d'un tiers des visiteurs, des proportions stables en comparaison avec 2019.
- Plus d'1 touriste sur 5 a participé à **des activités gastronomiques**, et 15% ont pu profiter des différents **bars à vin ou cours de dégustation de vin**.
- Les **croisières sont davantage pratiquées** (+ 8 points en comparaison à 2019).

Sites visités au cours du séjour

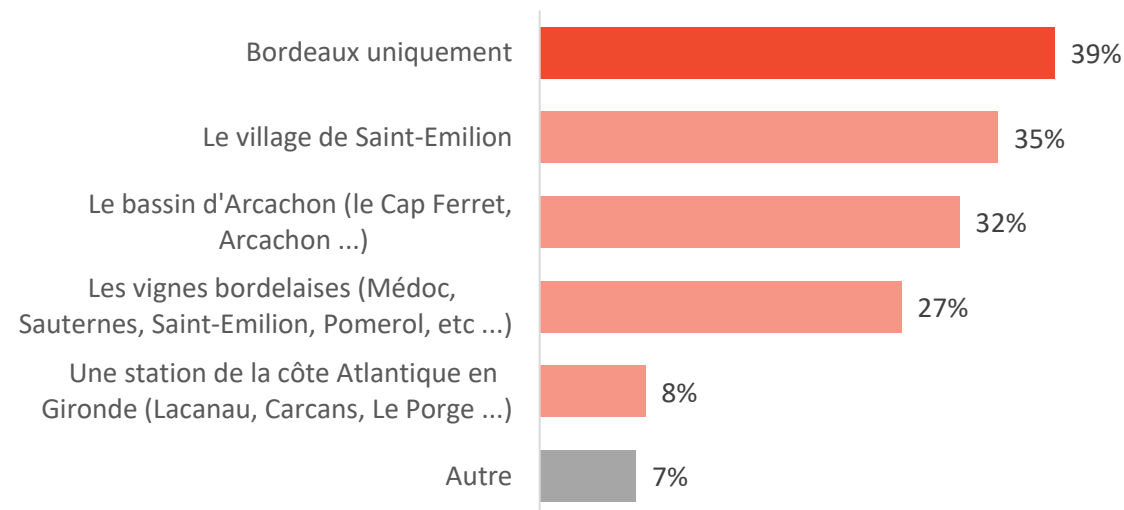
À BORDEAUX ET AUX ALENTOURS

Sites phares à Bordeaux



- **39% des touristes déclarent n'avoir visité que Bordeaux.**
- Les touristes en séjour à Bordeaux ont quasiment tous visité la **Place de la Bourse et le miroir d'eau** (91%). 2/3 d'entre eux ont visité la **Cité du Vin** (stable vs. 2019).
- Notons que la **base sous-marine a été visitée par 42% des touristes interrogés, soit une progression de 34 points en comparaison à 2019.** L'ouverture du « Bassin des Lumières » en 2020 semble avoir donné un nouveau souffle à ce site bordelais !
- Pour les autres, la visite a été complétée par des excursions à **Saint-Émilion** (35%) ou encore dans le **bassin d'Arcachon** (32%). **Les vignes bordelaises** ont été visitées par 27% des touristes.

Aux alentours de Bordeaux

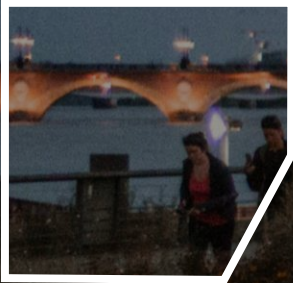


Sites phares visités

DIFFÉRENCES SELON LES MARCHÉS

- **Des différences marquées** apparaissent entre les sites visités par les Français et par les autres marchés internationaux. Si une plus grande proportion de Français n'a visité que Bordeaux (46%), **les clientèles internationales** se sont davantage déplacées autour...
- Le **village de Saint-Émilion et les vignobles** sont très fréquentés par les Américains, et dans une moindre mesure par les Britanniques et les Allemands. Ces derniers sont aussi plus nombreux à se rendre dans **des stations de la côte Atlantique**.

	TOTAL	Français	Espagnols	Britanniques	Allemands	Américains
Bordeaux uniquement	39%	46%	38%	39%	24%	21%
Le village de Saint-Emilion	35%	22%	48%	40%	39%	70%
Le bassin d'Arcachon (le Cap Ferret, Arcachon ...)	32%	33%	32%	20%	50%	15%
Les vignes bordelaises (Médoc, Sauternes, Saint-Emilion, Pomerol, etc ...)	27%	15%	29%	37%	40%	72%
Une station de la côte Atlantique en Gironde (Lacanau, Carcans, Le Porge ...)	8%	11%	5%	2%	26%	2%



Résultats selon les segments

NB : Les analyses qui suivent mesurent la capacité de la métropole de Bordeaux à délivrer à ses visiteurs une expérience meilleure ou moins bonne que la moyenne concurrentielle Eurocities 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 séjours en famille à Bordeaux

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON : 407 INTERVIEWS

Indice de satisfaction globale	+ 17 pts
Indice de rapport qualité-prix (séjour)	+ 7 pts
Recommandation (NPS)	+ 10 pts

Les familles ont tendance à évaluer l'expérience générale favorablement, tant sur la **satisfaction globale** (+17 pts) que le **rapport qualité-prix dans une moindre mesure** (+7 pts). Si elles ont apprécié les **visites et excursions** proposées, la **vie nocturne** ou encore le **patrimoine historique et l'architecture de Bordeaux**, elles sanctionnent davantage ce qui touche aux **prix et rapport qualité/prix des hébergements**, de la **restauration** ou encore des **activités de loisir** : un segment sensible aux prix...



HÉBERGEMENT

Qualité générale	- 21 pts
Accueil	+ 34 pts
Rapport qualité/prix	- 21 pts



SHOPPING

Qualité de l'artisanat	- 39 pts
------------------------	----------



CUISINE LOCALE

Qualité générale	- 10 pts
Rapport qualité/prix	- 16 pts



PATRIMOINE HISTORIQUE

Mise en valeur / Entretien	+ 49 pts
Accueil	+ 65 pts



POPULATION LOCALE

Communication	+ 31 pts
---------------	----------



CENTRES D'INFORMATION

Efficacité du personnel	+ 74 pts
-------------------------	----------



TRANSPORTS

Facilité de parking	- 68 pts
Infrastructures routières	- 31 pts
Accueil	- 16 pts



ENVIRONNEMENT

Beauté des paysages	+ 27 pts
Architecture	+ 38 pts



ACTIVITÉS CULTURELLES ET DE LOISIRS

Visites / Excursions	+ 40 pts
Vie nocturne	+ 31 pts
Prix des activités	- 13 pts

Les visiteurs Français en séjour à Bordeaux

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON : 741 INTERVIEWS

Indice de satisfaction générale	+ 37 pts
Indice de rapport qualité-prix (séjour)	+ 42 pts
Recommandation (NPS)	+ 20 pts

Des Français conquis par leur visite à Bordeaux, avec un indice de **satisfaction globale** qui s'établit 37 pts au-dessus de la norme et un score de **recommandation NPS à +20 pts**. **Les dimensions liées à l'accueil** sont nettement mieux évaluées à Bordeaux qu'ailleurs en Europe. Également, la **diversité et la richesse du patrimoine et des activités culturelles** s'avèrent très concurrentielles, de même que la qualité des **visites et excursions**. Seule ombre au tableau parmi les visiteurs français : les **services de taxis**, avec un score inférieur de 60 pts à la norme.



HÉBERGEMENT	
Accueil	+ 60 pts
Rapport qualité/prix	+ 21 pts



SHOPPING	
Accueil	+ 20 pts
Jours/Heures ouverture	+ 36 pts



CUISINE LOCALE	
Diversité, choix	+ 46 pts
Accueil	+ 41 pts



PATRIMOINE HISTORIQUE	
Richesse, diversité	+ 64 pts
Mise en valeur / Entretien	+93 pts
Accueil	+ 116 pts
Prix des entrées	+ 107 pts
Foule, Attente	+ 65 pts



POPULATION LOCALE	
Accueil	+ 47 pts
Communication	+ 72 pts
Sécurité	+ 44 pts



CENTRES D'INFORMATION	
Efficacité du personnel	+ 104 pts
Services numériques et applications	+79 pts



TRANSPORTS	
Taxis	- 60 pts
Coût du transport	+ 76 pts



ACTIVITÉS CULTURELLES ET DE LOISIRS	
Diversité de l'offre	+ 54 pts
Visites / Excursions	+ 118 pts



ENVIRONNEMENT	
Beauté des paysages	+ 66 pts
Propreté en ville	+ 62 pts
Architecture	+ 73 pts

Les visiteurs internationaux en séjour à Bordeaux

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON : 711 INTERVIEWS

Indice de satisfaction globale	+ 68 pts
Indice de rapport qualité-prix (séjour)	+ 52 pts
Recommandation (NPS)	+ 21 pts

Les **visiteurs internationaux** évaluent aussi très positivement leur séjour à Bordeaux en comparaison à la norme. L'**accueil humain** est aussi un atout concurrentiel, qu'il s'agisse des **professionnels** ou de la **population locale** qui surpasse la norme de 60 pts. Néanmoins, quelques faiblesses apparaissent sur les **services de taxis** ou encore en matière de **shopping** : si l'accueil dans les magasins s'avère bon (+36 pts vs. la norme), leur **amplitude d'ouverture** ainsi que la **qualité de l'artisanat** sont en retrait (resp. -13 et -24 pts).



HÉBERGEMENT

Accueil	+ 48 pts
Rapport qualité/prix	- 4 pts



SHOPPING

Accueil	+ 36 pts
Jours/heures ouverture	- 13 pts
Qualité de l'artisanat	- 24 pts



CUISINE LOCALE

Qualité générale	+ 28 pts
Accueil	+ 38 pts
Diversité, choix	+ 29 pts



PATRIMOINE HISTORIQUE

Accueil	+ 55 pts
Prix des entrées	+ 79 pts
Foule, attente	+ 56 pts



POPULATION LOCALE

Accueil	+ 60 pts
Communication	+ 50 pts
Sécurité	+ 63 pts



CENTRES D'INFORMATION

Efficacité du personnel	+ 99 pts
Jours/heures ouverture	+ 59 pts



TRANSPORTS

Taxis	- 11 pts
Facilité de parking	- 26 pts
Coût du transport	+ 78 pts



ACTIVITÉS CULTURELLES ET DE LOISIRS

Visites / Excursions	+ 52 pts
Prix des activités	+ 28 pts



ENVIRONNEMENT

Propreté hors ville	+ 48 pts
Architecture	+ 48 pts

Les visiteurs Espagnols en séjour à Bordeaux

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON : 150 INTERVIEWS

Indice de satisfaction globale	+ 62 pts
Indice de rapport qualité-prix (séjour)	+ 70 pts
Recommandation (NPS)	+ 24 pts

Les visiteurs espagnols jugent leur **séjour très concurrentiel** à Bordeaux : +62 pts sur l'**indice de satisfaction globale**, +70 pts sur le **rapport qualité/prix** et +24 pts sur l'**indice de recommandation** ! Au-delà du coût du **transport pour rejoindre la destination logiquement bon** (+108 pts), l'**accueil des Bordelais** semble avoir séduit les touristes espagnols. Les **centres d'information** sont également jugés favorablement, notamment grâce à l'efficacité du personnel. Autres atouts concurrentiels sur ce marché : la qualité de la **cuisine locale**, la **vie nocturne**, l'**architecture**, l'offre de **patrimoine historique** (+80 pts). Seul **point négatif** : la thématique **shopping** : les **jours / heures d'ouverture** (-33 pts) ainsi que la **qualité de l'artisanat** (-36 pts).



HÉBERGEMENT

Accueil + 66 pts



CUISINE LOCALE

Qualité générale + 30 pts

Accueil + 40 pts



POPULATION LOCALE

Accueil + 89 pts

Communication + 86 pts

Sécurité + 91 pts



TRANSPORTS

Accès aéroport + 68 pts

Coût du transport + 108 pts



SHOPPING

Jours/Heures ouverture - 33 pts

Qualité de l'artisanat - 36 pts



PATRIMOINE HISTORIQUE

Accueil du personnel + 80 pts

Prix des entrées + 117 pts



CENTRES D'INFORMATION

Nombre de points d'information + 80 pts

Efficacité du personnel + 122 pts

Jours/Heures ouverture + 87 pts

Services num et app + 99 pts



ENVIRONNEMENT

Propreté hors ville + 67 pts

Architecture + 76 pts



ACTIVITÉS CULTURELLES ET DE LOISIRS

Visites / Excursions + 61 pts

Spectacles culturels + 61 pts

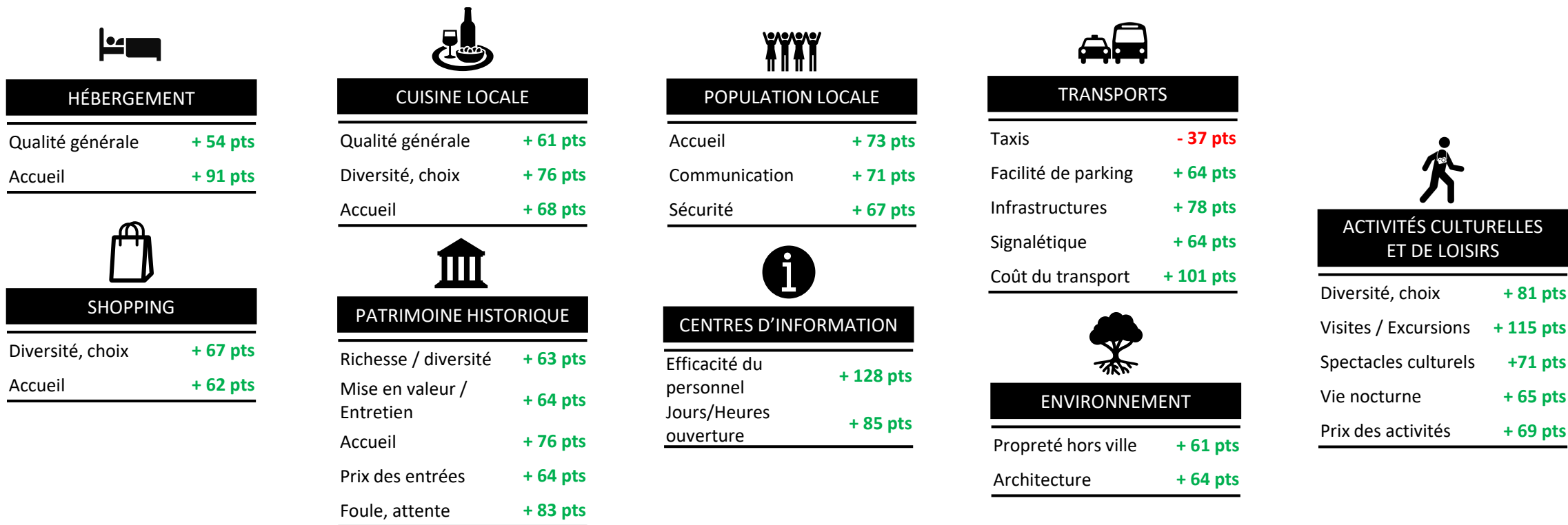
Vie nocturne + 71 pts

Les visiteurs Britanniques en séjour à Bordeaux

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON : 110 INTERVIEWS

Indice de satisfaction globale	+ 88 pts
Indice de rapport qualité-prix (séjour)	+ 64 pts
Recommandation (NPS)	+ 15 pts

Les visiteurs britanniques semblent davantage satisfaits de leur séjour à Bordeaux qu'ailleurs, avec +88 pts sur l'**indice de satisfaction globale** et +15 pts sur le **score de recommandation**. Une nouvelle fois, **l'accueil surpasse la norme**, notamment dans les **centres d'information visiteurs** (+128 pts). Les **transports** sont aussi des atouts concurrentiels, tout comme les **activités culturelles et le patrimoine historique qui leur apparait varié, bien entretenu / valorisé** et à des **prix compétitifs** pour ce qui est proposé. Les **services de taxis** : un point qui **reste à améliorer** en comparaison à la concurrence.

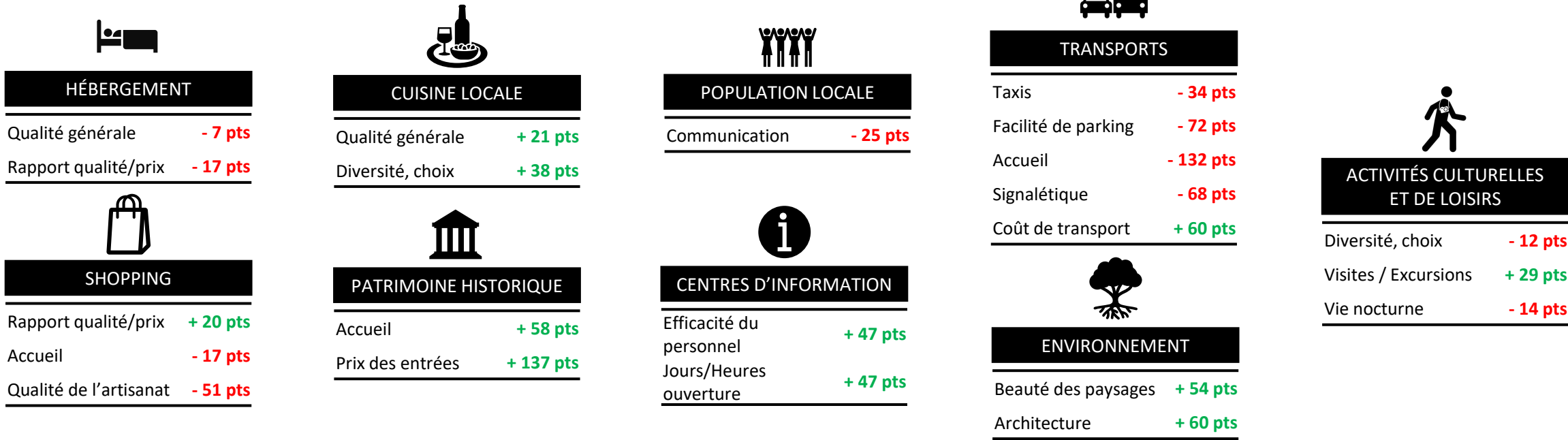


Les visiteurs Allemands en séjour à Bordeaux

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON : 64 INTERVIEWS*

Indice de satisfaction globale	+ 60 pts
Indice de rapport qualité-prix (séjour)	+ 24 pts
Recommandation (NPS)	+ 18 pts

Si les **visiteurs allemands** ont apprécié leur séjour à Bordeaux et seraient prêts à **recommander** la destination à leurs proches, **quelques dimensions apparaissent moins concurrentielles** : le **rapport qualité-prix des hébergements**, la qualité de **l'artisanat et l'accueil dans les magasins**, les services de **taxi**, la **signalétique**, la **vie nocturne** ou encore la **facilité de communication** avec les locaux (-25 pts sous la norme Eurocities). En dépit de ces aspects, ils **jugent favorablement** nombre de dimensions, en particulier **l'offre de patrimoine**, les **visites guidées / excursions** ou encore **l'architecture / urbanisme**. **L'accueil dans les offices de tourisme** répond également très bien à leurs attentes.



(*) Base faible

Les visiteurs Américains en séjour à Bordeaux

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON : 61 INTERVIEWS*

Indice de satisfaction globale	+ 43 pts
Indice de rapport qualité-prix (séjour)	+ 98 pts
Recommandation (NPS)	- 4 pts

Les Américains attribuent un niveau de satisfaction général plus élevé que la norme, mais c'est surtout sur le rapport qualité-prix du séjour dans l'ensemble que l'écart est le plus marqué. Pour autant, le score de recommandation est proche de la norme, pas meilleur. Ils ont apprécié l'accueil des locaux et jugent facile la communication avec eux, de même que le niveau de sécurité perçue. Ils apprécient aussi la propreté de la destination, son architecture et le patrimoine bâti dans son ensemble. En revanche, ils évaluent un peu plus sévèrement les activités culturelles, tant par leur diversité que par la qualité des spectacles proposés. L'offre shopping pêche aussi un peu pour répondre aux attentes des visiteurs venus d'outre atlantique.



HÉBERGEMENT

Accueil	+ 83 pts
---------	----------



CUISINE LOCALE

Accueil	+ 54 pts
Rapport qualité/prix	+ 48 pts



POPULATION LOCALE

Accueil	+ 102 pts
Communication	+ 69 pts
Sécurité	+ 75 pts



TRANSPORTS

Infrastructures routières	+ 85 pts
Coût du transport	+ 93 pts



ACTIVITÉS CULTURELLES ET DE LOISIRS

Diversité, choix	- 23 pts
Spectacles culturels	- 23 pts
Prix des activités	+ 52 pts



SHOPPING

Accueil	+ 66 pts
Jours/Heures ouverture	- 22 pts
Qualité de l'artisanat	- 12 pts



PATRIMOINE HISTORIQUE

Mise en valeur / Entretien	+ 67 pts
Accueil	+ 95 pts
Prix des entrées	+ 130 pts
Foule, Attente	+ 72 pts



CENTRES D'INFORMATION

Nombre de points d'information	- 14 pts
Services numériques et applications	+ 75 pts



ENVIRONNEMENT

Propreté des rues	+ 86 pts
Propreté hors ville	+ 97 pts
Architecture	+ 72 pts

(*) Base faible



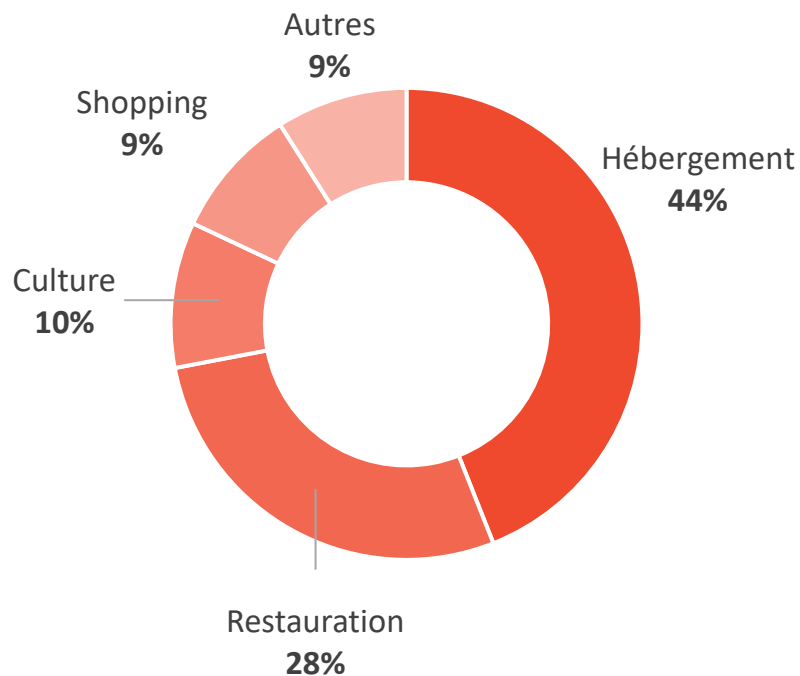
Les dépenses des clientèles touristiques à Bordeaux

Remarque : Un module a été posé en fin d'interview visant à évaluer le niveau des dépenses effectuées lors du séjour réalisé à Bordeaux sur 5 postes clefs : l'hébergement, la restauration (restaurants, snacks, bars, cafés), les activités culturelles, les dépenses de shopping / achat de souvenirs et enfin les autres dépenses (transports sur place, achat de biens de consommation / d'équipement de type vêtements, pharmacie..., les dépenses d'alimentation hors restaurant ou encore les prestations de service).

Les dépenses des visiteurs en séjour à Bordeaux

VUE GÉNÉRALE : LE POIDS DES DÉPENSES CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT PROGRESSE

La dépense moyenne d'une cellule de voyage au cours d'un séjour à Bordeaux est de **1097,1 €** (contre 873,3 € en 2019). **Près de la moitié du budget (44%)** est consacré à **l'hébergement** (+6 pts vs. 2019) et c'est **28%** des dépenses qui sont affectées à la **restauration** (-3 pts). Les dépenses liées aux activités culturelles pèsent 10% (-2 pts) et le shopping 9% (-1 pt). La **dépense moyenne par nuitée et par personne s'établit à 161 €** (contre 156 € en 2019) **mais le prix du séjour passe de 873 € en 2019 à 1097 € en 2024** ; cela vient à la fois de la **durée moyenne de séjour légèrement supérieure** en 2024 (4,2 nuitées en moyenne Vs. 4,1 en 2019) et de la cellule de voyage (28% de familles Vs. 21% en 2019, et une **cellule moyenne de 2,1 pax** Vs. 2,0 en 2019).



Dépense moyenne d'un
foyer* durant son séjour =
1097,1 €

Vs. 873,3 € en 2019 (+26%)

Dépense moyenne par
nuitée / pax = 161,0 €

Vs. 156 € en 2019 (+3%)

(*) Dépenses concernant l'ensemble des membres de la cellule de voyage et pour toute la durée du séjour.

Zoom sur les hébergements

ÉVOLUTIONS DES PRIX PAR NUITÉE SELON LE TYPE D'HÉBERGEMENT MARCHAND

Le **prix des hébergements a augmenté en comparaison à 2019** et notamment dans l'hôtellerie haut-de-gamme et dans les hébergements entre particuliers :

- En hôtellerie **d'entrée de gamme**, le prix moyen d'une nuitée en 2024 est de 92,7€ quand il était à 85€ en 2019 (+9%),
- En hôtellerie **moyenne gamme**, le prix moyen d'une nuitée en 2024 est de 144,3€ quand il était de 122,9€ en 2019 (+17%),
- En hôtellerie **haut de gamme**, le prix moyen d'une nuitée en 2024 est de 234,3€ quand il était de 167,7€ en 2019 (+39%),
- Enfin, le prix moyen de la nuitée dans les **hébergements entre particuliers en 2024** est au prix de 134,2€ quand il était de 102,8€ en 2019 (+30%).

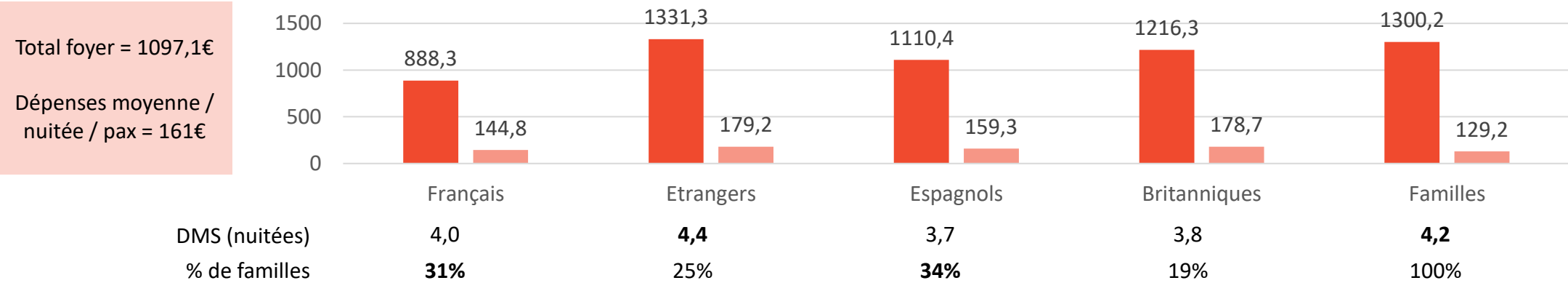
Types d'hébergement marchands	Poids parmi les répondants en hébergement marchand	Panier moyen du séjour (€)	Panier moyen de l'hébergement (€)	Prix d'une nuit (€)	RAPPEL Prix d'une nuit (€) en 2019
Hôtellerie – Entrée de gamme	11%	854,4€	320,7€	92,7€	85€
Hôtellerie – Moyen de gamme	37%	1166,7€	523,3€	144,3€	122,9€
Hôtellerie – Haut de gamme	7%	1800,3€	895,9€	234,3€	167,7€
Hébergement entre particuliers de type Airbnb, Abritel ...	24% (Rappel 2019 : 29%)	1221,1€	578,8€	134,2€	102,8€

Analyse détaillée des dépenses

PAR SEGMENTS ET PAR NATIONALITÉ – TOTAL VISITEURS (HÉBERGEMENTS MARCHANDS ET NON-MARCHANDS INCLUS)

Autres marchés (bases faibles) :
USA : 212,6€
Autres marchés lointains : 205,4€
Irlande : 201,6€
Belgique : 196,2€
Suisse : 192,2€
Italie : 158,2€
Allemagne : 150,1€

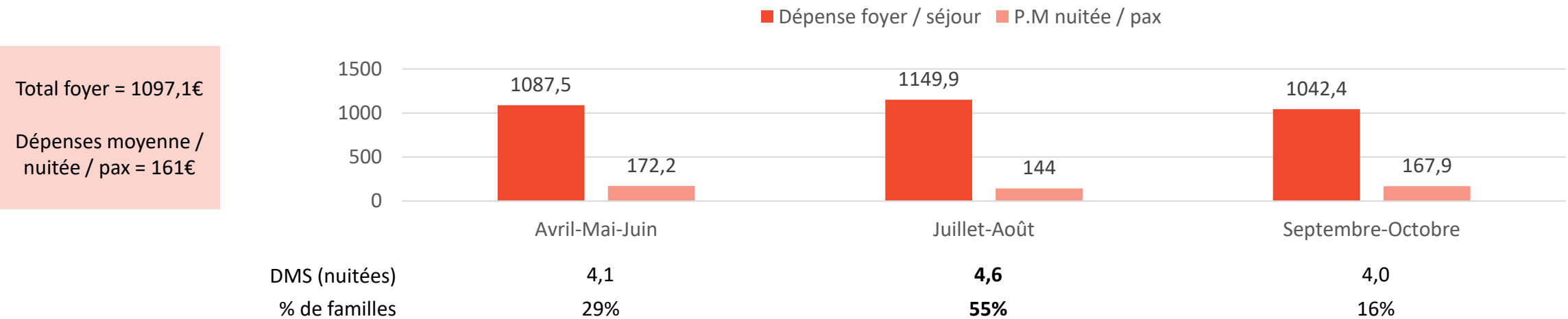
■ Dépense foyer / séjour ■ P.M nuitée / pax



Détails des dépenses moyennes (total répondants)					
Hébergement					
Panier moyen/nuitée	107€	142,1€	129,9€	146,4€	147,5€
Restauration					
Panier moyen/nuitée/pax	43,8€	51,5€	48€	56,8€	36,7€
Activités culturelles					
Panier moyen/nuitée/pax	16,6€	18,8€	17,6€	18,1€	14,9€
Shopping					
Panier moyen/nuitée/pax	11,8€	16,4€	14,6€	12€	12,4€
Autres					
Panier moyen/nuitée/pax	11,1€	15,5€	16,2€	15,1€	12,5€

Analyse détaillée des dépenses

ÉVOLUTION DES DÉPENSES SELON LES SAISONS - TOTAL VISITEURS (HÉBERGEMENTS MARCHANDS ET NON MARCHANDS INCLUS)



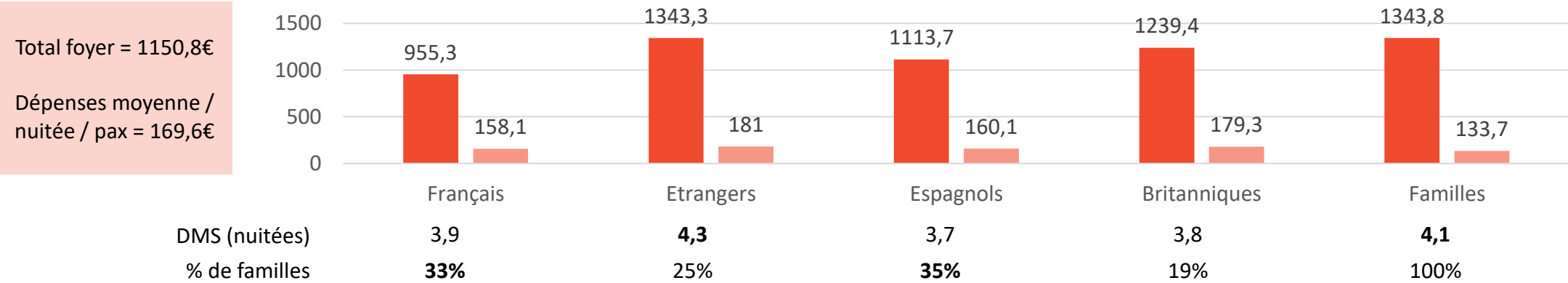
Détails des dépenses moyennes (total répondants)			
Hébergement			
Panier moyen/nuitée	124,1€	126€	119,8€
Restauration			
Panier moyen/nuitée/pax	52,3€	41,1€	49,1€
Activités culturelles			
Panier moyen/nuitée/pax	12,9€	16€	18,4€
Shopping			
Panier moyen/nuitée/pax	18,7€	13,3€	16,2€
Autres			
Panier moyen/nuitée/pax	12,9€	11,7€	12,8€

Analyse détaillée des dépenses

PAR SEGMENTS ET PAR NATIONALITÉ – **VISITEURS EN HÉBERGEMENTS MARCHANDS UNIQUEMENT**

Autres marchés (bases faibles) :
USA : 215€
Autres marchés lointains : 210,6€
Irlande : 199,9€
Belgique : 196,2€
Suisse : 198,5€
Italie : 159,3€
Allemagne : 151,3€

■ Dépense foyer / séjour ■ P.M nuitée / pax

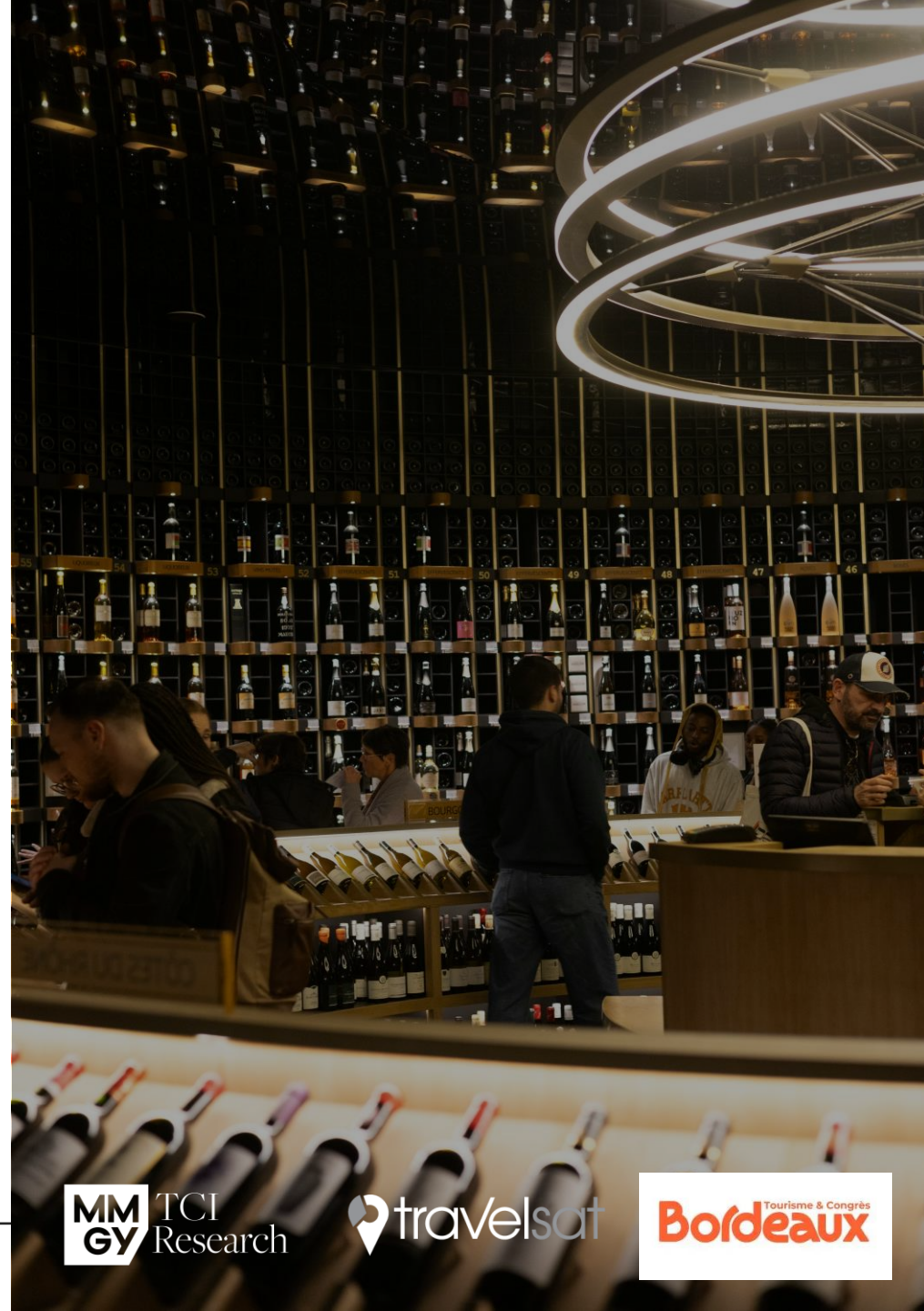


Détails des dépenses moyennes (total répondants)					
Hébergement					
Panier moyen/nuitée	123,1€	145,5€	130,7€	149,9€	158,4€
Restauration					
Panier moyen/nuitée/pax	47,2€	51,6€	48€	55,6€	37,5€
Activités culturelles					
Panier moyen/nuitée/pax	17,3€	18,9€	17,7€	18€	15€
Shopping					
Panier moyen/nuitée/pax	11,7€	16,6€	14,7€	12,2€	12,1€
Autres					
Panier moyen/nuitée/pax	11,5€	15,7€	16,4€	15,2€	12,6€

Synthèse

LES DÉPENSES DES VISITEURS

- La **dépense moyenne d'une cellule de voyage** lors d'un séjour à Bordeaux s'élève à **1097€** (+224€ vs. 2019). Le budget est réparti ainsi : **44% sont consacrés à l'hébergement** (une proportion qui augmente) et **28%** aux dépenses de **restauration** (en baisse de 3 pts).
- En moyenne, un **touriste d'agrément dépense** à Bordeaux **161€** par nuit et par personne : un chiffre assez stable en comparaison à 2019. Plus précisément, les frais **d'hébergement** atteignent en moyenne **123,6€ par nuitée**, avec des variations selon le type d'hébergement choisi :
 - **L'hôtellerie d'entrée de gamme** revient en moyenne à **93€** par nuit (+7,7€ vs. 2019).
 - **L'hôtellerie de moyenne gamme** coûte environ **144€** par nuitée (+22,6€ vs. 2019).
 - **L'hôtellerie haut de gamme** atteint **234€** la nuit (+66,6 € vs. 2019).
 - Pour un **logement entre particuliers**, le tarif moyen est de **134€** par nuitée (+31,4€ vs. 2019).
- Les **dépenses de restauration** s'élèvent à environ **47€** par jour et par personne (soit plutôt moins qu'en 2019, 50,7€), tandis que les dépenses pour les **activités culturelles et de loisirs**, ainsi que le **shopping**, s'établissent respectivement à **18€** et **14€** (en très légère baisse également).
- Les **dépenses sont logiquement plus élevées parmi les touristes internationaux**, avec une moyenne de **181€** par nuit et par personne, contre environ **158€** pour le **marché domestique en hébergement marchand**. Cela s'explique par une **durée de séjour plus longue** et une part de séjours en **famille plus faible**.
- Parmi les marchés de proximité, **les Britanniques** se distinguent avec une **dépense élevée de 179€** par nuit et par personne en moyenne ; les **voyageurs américains sont les plus dépensiers (212,6€)**. A l'inverse, **les Espagnols dépensent moins** sur l'ensemble de leur séjour, en raison d'une durée de séjour légèrement inférieure et du poids supérieur des familles sur ce marché.





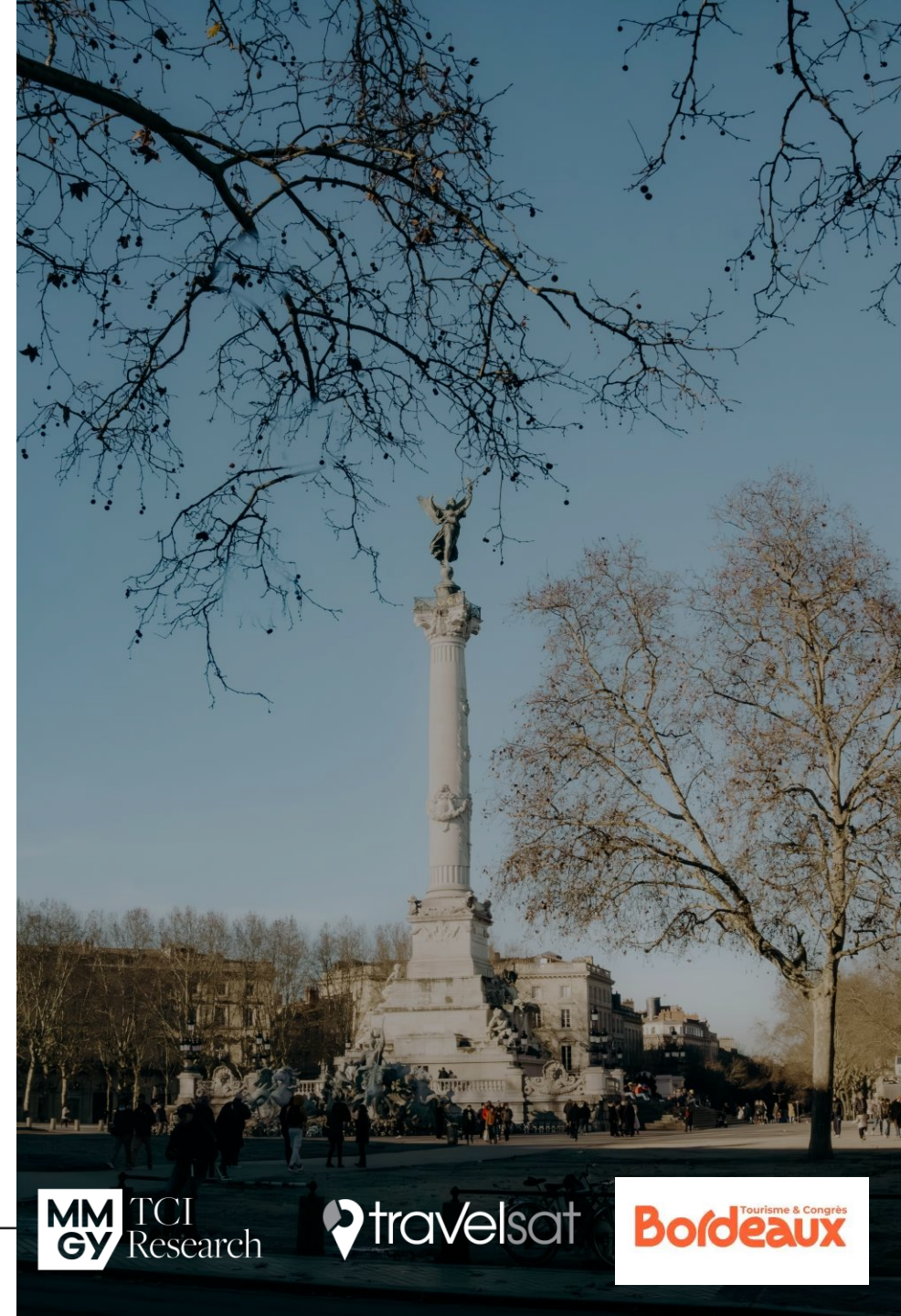
En conclusion...

FAITS MARQUANTS, À RETENIR !

Synthèse

CE QU'IL FAUT RETENIR !

- **L'indice de satisfaction générale s'avère élevé et atteint 217 pts : un score supérieur de 7 pts à la norme Eurocities** ; notons que l'écart avec la norme reste stable en comparaison avec 2019 (+7 pts en faveur de Bordeaux). **La destination bordelaise bénéficie par ailleurs d'un excellent Net Promoter Score (63)**, qui surpasse nettement la norme Eurocities et les benchmarks individuels.
 - Dans l'ensemble, les **critères d'accueil humains sont concurrentiels** à Bordeaux. Soulignons notamment la bonne performance dans les hébergements, dans les sites de visite / musées, dans les transports publics ou encore dans les centres d'information touristiques. **Seul l'accueil dans les points d'entrée (gares, aéroports, ports) est en retrait et mériterait s'améliorer** (-16 pts vs Eurocities).
 - La perception du **rapport qualité-prix du séjour progresse** de 17 pts à Bordeaux Vs. 2019 ; elle est particulièrement bonne dans les transports publics (indice de 242), de même pour ce qui concerne les coûts d'accès à la destination ainsi que les prix des billets pour les musées et sites historiques. **Les scores sur les autres critères apparaissent plus mitigés**, en particulier le prix des **activités culturelles et de loisirs** (indice de 109) ou encore le rapport qualité-prix du **shopping** (indice de 108). Des scores perfectibles, qui restent cependant dans la moyenne Eurocities.
- **L'offre** au sens large est un autre **atout concurrentiel** pour la destination bordelaise :
 - **La diversité de la cuisine locale** (+29 pts vs. la norme),
 - **L'offre d'activités culturelles et de loisirs** (+25 pts vs. la norme),
 - **La richesse du patrimoine historique** (+40 pts vs. la norme),
 - **L'offre de choix en matière de shopping** (+22 pts vs. la norme).
- **L'environnement** de visite participe également à la compétitivité de la destination : **l'information des visiteurs** est saluée par les touristes, la ville est jugée **propre**, avec une jolie **architecture**, les **flux semblent bien gérés**, la **signalétique** efficace. Enfin, **l'accueil bienveillant** de la population locale concourt, entre autres, à un **sentiment de sécurité haut**, permettant aux visiteurs de profiter pleinement de leur expérience.



Synthèse

LES AXES DE PROGRESSION POSSIBLES

- **Quelques aspects pourraient cependant progresser** pour se hisser au niveau de la compétition internationale sur certains aspects :
 - Dans les transports, **l'accueil dans les points d'entrée** (gares, aéroports...) est en deçà de la norme (-16 pts), tout comme les **services de taxis** (-40 pts). Également, **l'infrastructure routière** et **la facilité de parking** apparaissent quelque peu retraits en comparaison avec la norme Eurocities.
 - **La vie nocturne**, après une nette amélioration en comparaison à 2019, se hisse tout juste au niveau de la norme Eurocities : un aspect qui pourrait être davantage développé pour satisfaire l'ensemble des visiteurs (et résidents ?) pour les visiteurs qui souhaitent profiter de la destination de jour... comme de nuit ; c'est aussi un moyen d'optimiser la consommation touristique et d'étaler les flux dans le cas de « nocturnes » dans des sites culturels.
 - A l'instar des observations formulées en 2019, si l'offre en matière de shopping plait, la **qualité de l'artisanat local et des souvenirs peine à convaincre**. Et, le **rapport qualité-prix du shopping est en retrait à Bordeaux** en comparaison à la concurrence qui profite par ailleurs d'amplitudes d'ouverture journalières / horaires mieux évaluées.
 - Enfin, de manière transversale, **les différents rapports qualité-prix**, même s'ils sont supérieurs à 2019, peinent à dépasser la norme Eurocities, en particulier pour **les hébergements dont les prix semblent avoir progressé sensiblement** Vs. 2019. Un point clé pour les familles notamment qui expriment aussi un rapport qualité-prix en retrait pour ce qui concerne la restauration ou les activités de loisir... une destination certainement perçue comme « chère » par ce segment.





Contact :

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

