

Bilan Qualité 2025

SOMMAIRE

Introduction

Présentation du bilan Qualité et rappels

I. Satisfaction du visiteur et des clients

- A. OTI
- B. Produits touristiques pour clientèle individuelle
- C. Produits touristiques pour clientèle groupe

II. Expression des visiteurs (accueil sites)

- A. Remarques et suggestions
- B. Livre d'or Maison Natale & Petit Monde
- C. Réclamations

III. Indicateurs « Numérique »

- A. Activité numérique de l'OTI
- B. E-réputation de l'Office de tourisme, PM et MN
- C. E-réputation de la destination

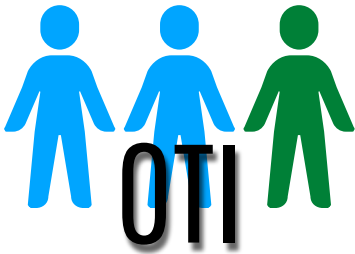
Introduction

Le bilan qualité 2025 présente l'analyse des **principaux indicateurs relatifs à l'accueil des visiteurs, aux prestations touristiques** proposées par l'Office de Tourisme Intercommunal du Pays d'Aubagne et de l'Étoile et à la **perception de la destination**.

Il s'appuie sur **différentes sources d'information** : les questionnaires de satisfaction adressés aux clients des prestations touristiques, les remarques et suggestions recueillies par les équipes d'accueil, les réclamations enregistrées ainsi que les données issues de l'activité numérique et de l'e-réputation.

L'ensemble de ces éléments contribue à **l'évaluation de l'expérience visiteurs et au suivi de la qualité des services proposés**, dans une logique d'amélioration continue et d'observation de la perception de la destination.

- Pour rappel :



19 983 actes d'accueil
+9%/2024



16 795 visiteurs
+8%/2024



12 618 visiteurs
+6%/2024



La dynamique est positive sur l'ensemble des sites.

I. Satisfaction du visiteur et des clients

A. OTI

Les visiteurs ont la possibilité de renseigner un questionnaire de satisfaction numérique, proposé :

- par les conseillers en séjour
- par QR code affiché à l'accueil de l'OTI
- par lien dans la signature mail générique

L'analyse de ces questionnaires permet de recueillir le taux de satisfaction des visiteurs ayant été accueillis.



Comme il y a **peu de questionnaires de satisfaction** en 2025 (5 au total), le volume de retour ne permet pas d'analyser de façon objective cette satisfaction. En conséquence, les avis des clients, positifs sur les 5 questionnaires, ont été **agrégés dans le II. A. Remarques et suggestions**.

Pour pallier ce manque de retours, il a été décidé pour 2026 de réinstaurer un **questionnaire papier** afin que le visiteur le remplisse instantanément et permettre ainsi une collecte plus importante.

B. Produits touristiques pour clientèle individuelle

A chaque participation aux prestations organisées par l'OTI pour la clientèle **individuelle ou groupes**, un questionnaire de satisfaction est envoyé aux participants.

2 questionnaires créés :

- 1 questionnaire produit touristique (visites guidées, pass musées, tiers...) = **5 818 envoyés**

✓ **938 retours** : *taux de réponse* **16%**

- 1 questionnaire produit événementiel (FestiRando, balades théâtrales...) = **1 240 envoyés**

✓ **170 retours** : *taux de réponse* **14%**



Satisfaction de l'acte de réservation = 99,2%

En ligne + à l'accueil



Satisfaction "produits touristiques" = 97,5%

Pass 2 musées/Aubagne ; randos, visites guidées...



Satisfaction "produits événementiel" = 98%

FestiRando, balades théâtrales, Festival d'orgue de Roquevaire...



Satisfaction "produits revente tiers" = 95,6%

Les 

- La qualité des guides
- Le contenu culturel et pédagogique
- L'accueil et le professionnalisme

Les 

- Certaines prestations jugées trop courtes
- Les accès, parking et signalétique
- Le contenu des musées jugé insuffisant

B. Produits touristiques pour clientèle groupe

• 1 questionnaire produit groupes = **288 envoyés**

✓ **81 retours** = *taux de réponse 28%*

 Satisfaction de l'acte de réservation = *100%*

 Satisfaction de la venue en PAE = *98,6%*

 Satisfaction des prestations = *100%*

 Satisfaction de la restauration & hébergement = *95%*

Les  • Guidage
• L'organisation et l'accueil de l'OTI

Les  • Le manque de WC
• Qualité de services de certains restaurants

II. Expression des visiteurs

A. Remarques et suggestions

Elles sont notées dans le **fichier numérique** des remarques & suggestions par le personnel d'accueil (OTI, MN et PM) ou par les visiteurs dans le **questionnaire de satisfaction**. Les **retours spontanés** sont analysés ici également.



181 remarques et suggestions

(-45 remarques par rapport à 2024)

Globalement, les avis recueillis confirment une perception positive de l'accueil et de l'offre touristique, avec des attentes portant principalement sur l'environnement urbain et les services territoriaux.

16



(-1/2024)

- **OTI (10)**
(boutique ; produits individuels ; produits groupes)
- **Ville d'Aubagne (3)**
(équipements publics ; transports ; aires camping-cars)
- **Pleine nature (1)**
(Font de Mai)
- **Petit Monde (1)**
(boutique)
- **Métropole (1)**
(transports)

Plusieurs suggestions formulées par les visiteurs concernent **l'amélioration des transports, le développement de nouvelles activités, l'adaptation de certains tarifs et une meilleure information sur les événements et les horaires.**

71



(-1/2024)

- **OTI (61)**
(accueil ; guidage groupes & individuel ; site internet ; petit train)
- **Ville d'Aubagne (7)**
(programmation ; Pénitents Noirs ; équipements publics ; propreté)
- **Maison Natale (2)**
(accueil ; exposition)
- **Petit Monde (1)**
(accueil)

L'analyse des avis spontanés des visiteurs met en évidence une **satisfaction globale élevée** concernant l'accueil et les prestations proposées par l'Office de tourisme. Les visiteurs soulignent régulièrement la **qualité de l'accueil, la disponibilité des équipes et la qualité des visites guidées et activités proposées.**

Les retours positifs concernent également la **richesse des contenus culturels autour de Marcel Pagnol et l'organisation des activités et événements.**

94

(-23/2024)

- **Ville d'Aubagne (45)**
(accès/signalétique PM/MN ; propreté ; programmation ; communication ; commerces/centre-ville ; équipements publics ; insécurité ; transports ; aires camping-cars ; Village des Santons)
- **OTI (27)**
(accueil ; programmation ; boutique ; site internet ; petit train touristique)
- **Petit Monde (7)**
(accès ; exposition ; site ; horaires ; chauffage)
- **Socio-pro & commerces (5)**
(cinéma Le Pagnol ; Légion étrangère ; AD2C ; OT La Ciotat ; OT Marseille)
- **Pleine nature (3)**
(balisage et entretien massifs)
- **Métropole (3)**
(transports ; propreté ; village de la Treille)
- **Divers (2)**
(GetYourGuide)
- **Maison Natale (2)**
(exposition ; accueil)

Les remarques négatives portent principalement sur des **éléments extérieurs aux prestations de l'Office de tourisme** : accessibilité de certains sites, manque de signalétique dans le centre-ville, propreté de certains espaces publics ou difficultés de transport.

B. Focus livre d'or Maison Natale & Petit Monde

Sur les musées, un livre d'or est mis à disposition des visiteurs, dans lequel appréciations et avis sont consignés.

Maison Natale



363 messages laissés

361 positifs !

Des messages de visiteurs venant de Chine, Indonésie, Australie, Algérie, Belgique, Espagne, Portugal et Etats-Unis

Des visiteurs ont trouvé le musée trop petit et peu adapté pour les enfants.

Petit Monde

232 messages laissés

230 positifs !

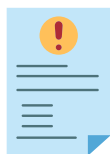


Des messages de visiteurs venant de Belgique, du Canada, d'Italie, d'Irlande et de Tchéquie

Des visiteurs ont trouvé que le Petit Monde est très mal indiqué et les QR codes peu pratiques quand on n'est pas équipés pour les lire.

C. Réclamations

Une réclamation est le fait pour un client ou un visiteur de nous faire connaître **son mécontentement ou son insatisfaction** vis-à-vis d'un produit acheté ou d'un service dont il a bénéficié.



5 réclamations

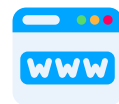
(14 réclamations en 2024)

- **OTI (3)**
 - »» Manque d'aires de service pour camping-car et balisages manquants sur les sentiers Pagnol
 - »» Balisages et sentiers inappropriés pour la chapelle Sainte-Croix d'Auriol
 - »» Guide peu aimable pour une sortie groupe
- **Ville d'Aubagne (2)**
 - »» Chiens non acceptés sur le marché aux santons
 - »» Illuminations de Noël peu présentes

IV. Indicateurs « Numérique »

A. Activité numérique de l'OTI

L'activité numérique présente une baisse du trafic web mais une progression significative de l'engagement sur les réseaux.



206 989
utilisateurs
uniques
-23,4% / 2024

292 210
sessions*
-8,8% / 2024



12K
followers
+4 764 abonnés
/ 2024

Interactions**
74K
+131% / 2024

Vues***
9,2M
-16% / 2024



@aubagnetourisme

4 092
abonnés
+1 304 abonnés
/ 2024

Interactions**
10,5K

Vues***
459K
+15% / 2024



@aubagneoutdoor

1 278
abonnés
+171 abonnés
/ 2024

Interactions**
40

Vues***
6 630
-96% / 2024



1 471
abonnés
+122 abonnés
/ 2024

Interactions**
1 643
-98% / 2024

Vues***
64K
-95% / 2024



555
abonnés
+285 abonnés
/ 2024

Engagement**
24 %

Impressions***
16K
+196% / 2024

* **Session** : ensemble des interactions d'un utilisateur sur un site web, sur une période de 30min.

** **Interactions/Engagement** : nb de j'aime, commentaires et partages

*** **Vues/Impressions** : nb total de fois où nos contenus ont été vu

B. E-réputation de l'Office de tourisme

Grâce à l'outil FAIRGUEST, agrégateur d'avis laissés sur Google MyBusiness, TripAdvisor, Booking, etc., on peut déterminer notre e-réputation.

OTI



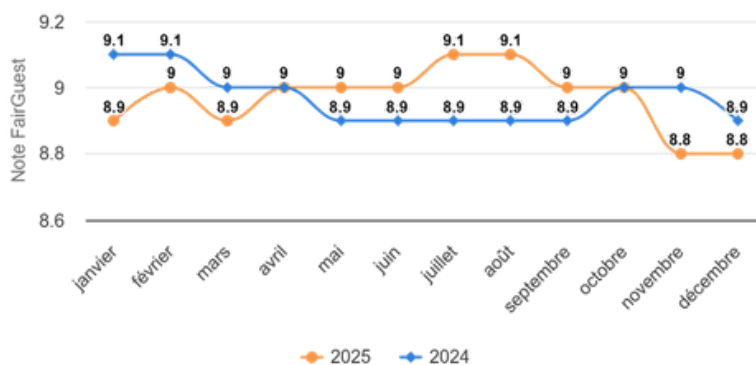
Calculs réalisés par www.fairguest.com

Maison Natale



Calculs réalisés par www.fairguest.com

Petit Monde

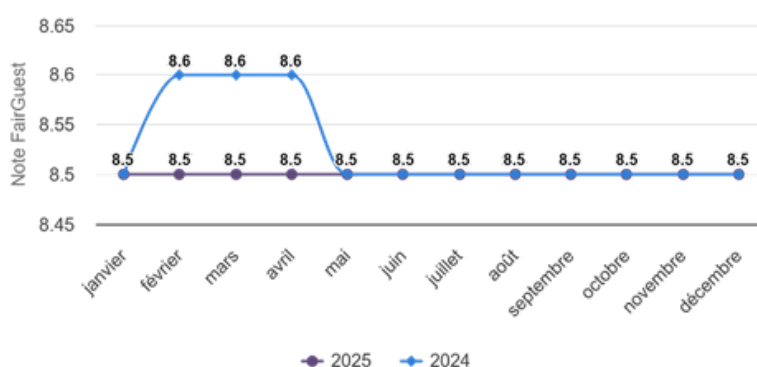


Calculs réalisés par www.fairguest.com

C. E-réputation de la destination

De même, l'Office de tourisme est en mesure d'observer l'e-réputation de la destination dans son ensemble, englobant tous les types d'établissements (hôtellerie, restauration, activités et loisirs...)

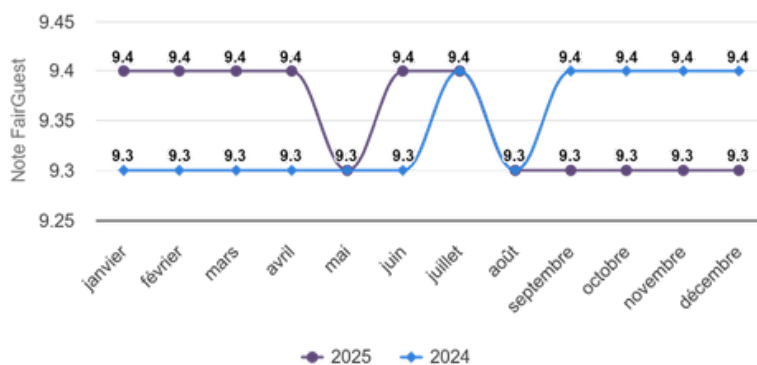
Territoire PAE (sur 8399 avis)



Calculs réalisés par www.fairguest.com

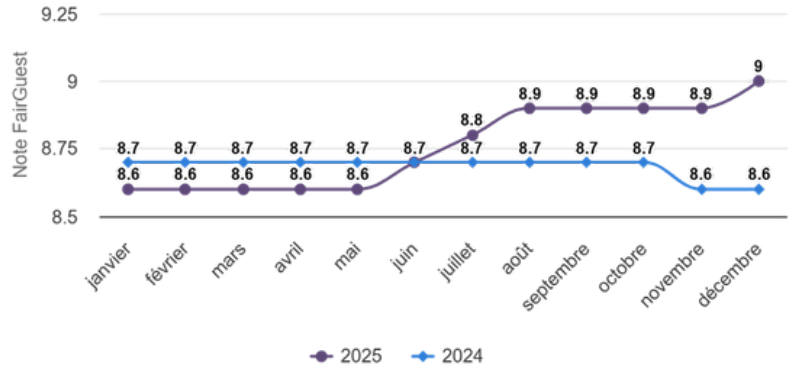
La destination bénéficie d'un volume important d'avis et d'une **note globale élevée**.

Peypin (sur 267 avis)



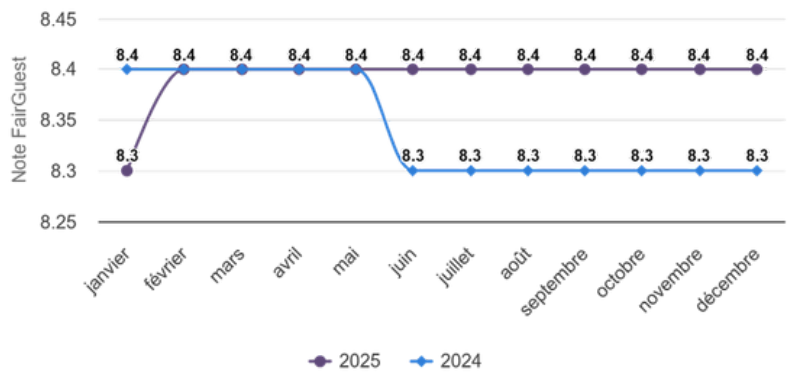
Calculs réalisés par www.fairguest.com

Auriol (sur 360 avis)



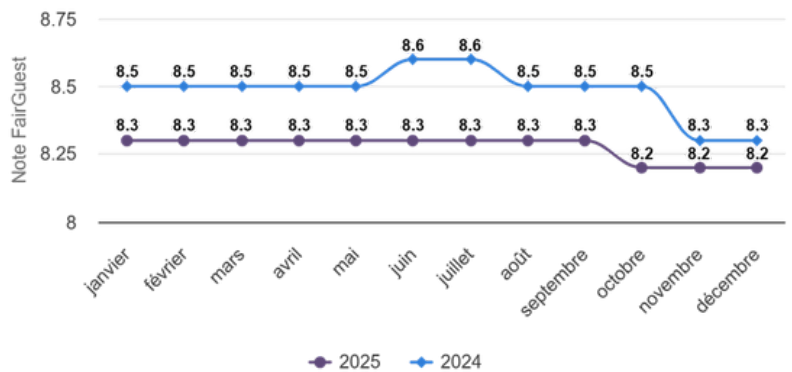
Calculs réalisés par www.fairguest.com

Aubagne (sur 4963 avis)



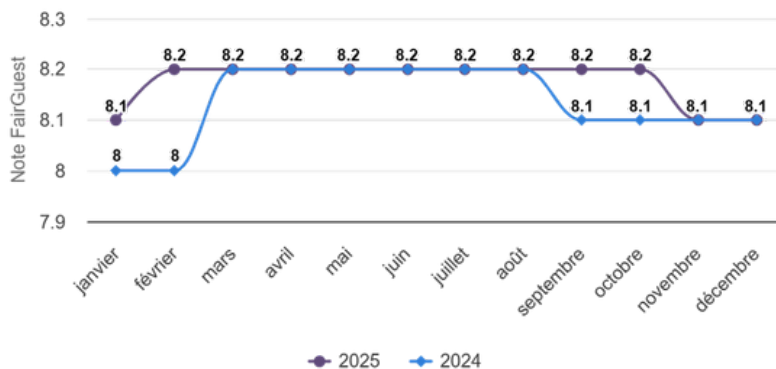
Calculs réalisés par www.fairguest.com

Cuges-les-Pins (sur 733 avis)



Calculs réalisés par www.fairguest.com

La Penne s/ Huveaune (sur 1023 avis)



Calculs réalisés par www.fairguest.com



TOP 5 des établissements du PAE les mieux notés



Restaurant L'Entre terre et mer - La Destrousse



Bastide Beudinard - Aubagne



Villa Estello - Aubagne



Restaurant La Fenièrre - La Bouilladisse



Bistrot Cocotte - Auriol