



Oïe Oïe Oïe



Résultats de l'enquête estivale
Le 01-12-2008

Financé par :



Hautes Alpes
Les Alpes Latines



Méthodologie de l'enquête

I. Mise en œuvre de l'enquête

1. Objectifs

L'étude mise en place conjointement par les départements des Alpes de Haute Provence, des Hautes Alpes et des Alpes Maritimes et par la région Provence Alpes Côte d'Azur s'est déroulée pendant la saison estivale 2008.

a. Analyse de satisfaction par rapport aux prestations eaux vives

- Avant la prestation et notamment sur l'approche Marketing
- Déroulement de l'activité à partir des principales composantes
- Perception comparée de l'avant et après prestation ainsi que sur l'image du département concerné

b. Connaissance des typologies de clientèles en fonction de leur pratique : informations marketing

- Cadre et typologie de pratiquant
- Objectif d'analyse par:
 - Vallée: identification par vallée
 - Identification des parcours pour établir un lien avec les niveaux de difficulté

Cette enquête servira de base à l'élaboration d'un Référentiel Qualité Tourisme pour l'ensemble de la filière.

2. Protocole

Durant l'été, l'objectif était de collecter 100 questionnaires complétés en français et/ ou en langues étrangères soit 2 par jour.

La distribution devait être menée de manière aléatoire auprès de tous les types de clientèles. Les questionnaires étaient remis au client après présentation de la démarche, de l'intérêt commun pour le client et pour le prestataire et après accord verbal du client (le questionnaire est anonyme). Le questionnaire était auto administré ce qui signifie que les personnes répondaient par eux mêmes aux questions.

II. Résultats de l'enquête

Après les deux mois d'enquête, 1 230 questionnaires ont été collectés puis exploités permettant ainsi des résultats significatifs en termes de statistiques.

Même si l'objectif quantitatif est loin d'être atteint par les prestataires, les proportionnalités sont respectées entre le nombre de professionnels par rivière et par département et les retours des questionnaires sur ces mêmes échelles.

En ce qui concerne Oïe Oïe Oïe, 67 questionnaires ont été analysés.

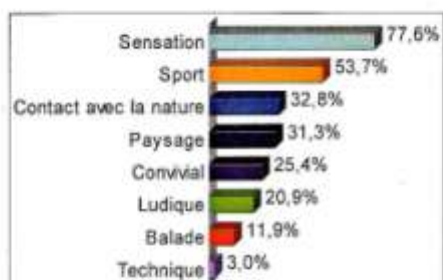
A noter: Tous les croisements de variables ont été validés par le test du Khi-2 justifiant ainsi la significativité des résultats.



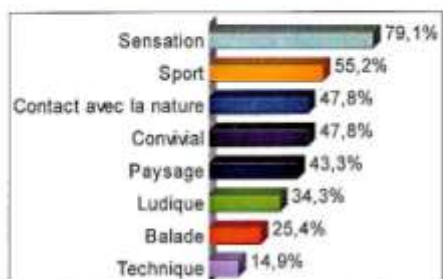
Perception de l'activité

I. Evolution de l'image de l'activité avant et après sa pratique

1. Avant la pratique



2. Après l'activité



Le sport et la sensation sont le duo de tête avant la pratique de l'activité et le reste après la prestation avec même de nouvelles citations.

Cela signifie que ces deux modalités représentent l'activité « eaux vives » dans l'esprit des enquêtés. Ils attendent de vivre ces modalités et semblent satisfaits après.

Les autres items évoluent peu dans le classement mais obtiennent plus de suffrages après la pratique de l'activité.

Appréciation de l'activité

I. Appréciation générale



Les répondants à l'enquête sont globalement très satisfaits de l'activité et de ses à côtés avec 100% de notations positives.

Les très satisfaits représentent 62% au global et 77% sur la Durance.

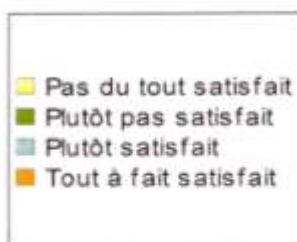
II. Appréciation sur le prix



Les résultats sont un peu plus mitigés concernant le prix de la prestation.

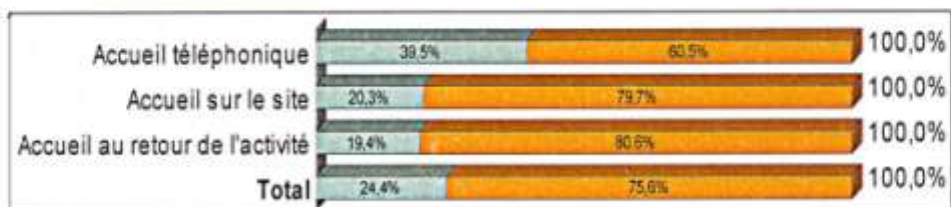
La satisfaction du prix est plus faible que sur l'ensemble des résultats de la Durance et de l'échantillon total avec respectivement 53,7% et 56,4% de très satisfaits.

Légende

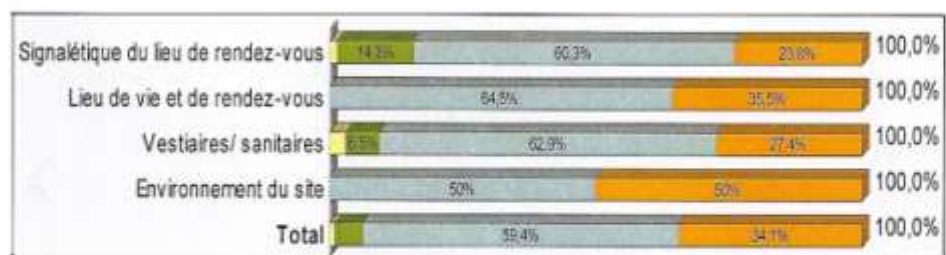


III. Appréciation du niveau de satisfaction

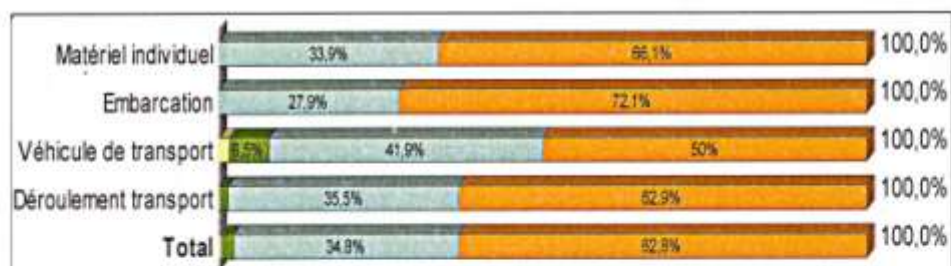
1. Conditions d'accueil



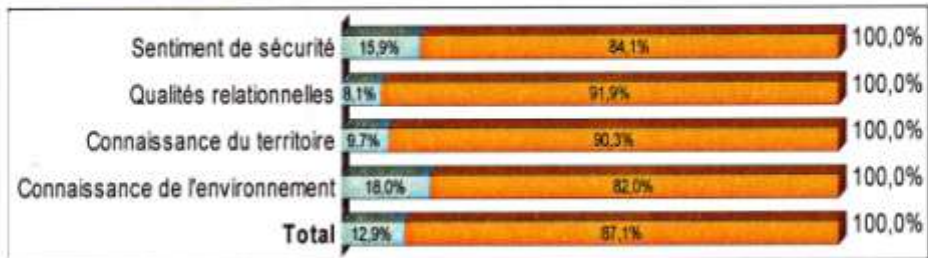
2. Structure



3. Prestations



4. Encadrement



5. Parcours



Conclusion - Recommandations

La structure Oïe Oïe Oïe se situe au dessus de la moyenne en matière de satisfaction générale de clients par rapport aux résultats de l'échantillon.

La clientèle de Oïe Oïe Oïe est une clientèle plutôt familiale qui pratique majoritairement le rafting avec ses enfants et/ ou en couple.

L'origine de la clientèle touristique est diverse avec un trio de régions composé de Rhône-Alpes, d'Ile-de-France et de PACA.

Elle a également la particularité de se loger dans des campings.

Les clients Oïe Oïe Oïe se considèrent pour une grosse majorité comme débutants, en effet ceux-ci pratiquent pour la première fois une activité dite « eaux vives ».

La pratique de l'activité « eaux vives » est une motivation de séjour pour les clients et ils sont 97% à vouloir revenir pour une nouvelle expérience sur l'été essentiellement.

En ce qui concerne la structure Oïe Oïe Oïe, la satisfaction générale est très encourageante par rapport à l'échantillon global mais des points sont néanmoins à améliorer:

- La structure en générale et tout particulièrement la signalétique et lieu de vie et de rendez-vous
- Le véhicule du transport
- Le niveau de sensation de l'activité

Des efforts sont donc à insuffler en matière d'équipements d'accueil et de pratique améliorant ainsi la part des clients satisfaits déjà très positive.