



Q°emotion

Janvier 2023

Bilan Annuel 2022

Analyse émotionnelle des avis

Filières Sites et parcs d'attractions / Excursionnistes

CRT Paris Île-de-France

**PARIS
REGION**
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME



Introduction	3
<ul style="list-style-type: none">○ <i>Mot d'introduction</i>○ <i>La startup Q°emotion</i>○ <i>La démarche méthodologique</i>○ <i>Les filières considérées</i>○ <i>Les 2 sources d'information considérées et les acteurs pris en compte</i>○ <i>Les indicateurs utilisés pour l'analyse émotionnelle</i>○ <i>Méthodologie: Découvrir les actions vectrices d'émotions</i>	
1. Diagnostic global de l'année 2022	13
<ul style="list-style-type: none">○ <i>Résultats globaux par filière: Scores en étoile</i>○ <i>Résultats globaux par filière: Température émotionnelle des avis</i>○ <i>Résultats globaux par filière: Emotions primaires des avis</i>	
2. Diagnostic Filière Sites et Parcs	17
<ul style="list-style-type: none">○ <i>Résultats détaillés par source: Scores en étoile</i>○ <i>Résultats détaillés par source: Température émotionnelle et Emotions primaires des avis</i>○ <i>Résultats détaillés par type de site</i>○ <i>Le parcours ressenti par les visiteurs</i>○ <i>Les principales situations vectrices d'émotions sur le parcours</i>	
3. Diagnostic Filière Excursionnistes	26
<ul style="list-style-type: none">○ <i>Résultats détaillés par source: Scores en étoile</i>○ <i>Résultats détaillés par source: Température émotionnelle et Emotions primaires des avis</i>○ <i>Résultats détaillés par type de site</i>○ <i>Le parcours ressenti par les visiteurs</i>○ <i>Les principales situations vectrices d'émotions sur le parcours</i>	
4. Focus sur quelques thématiques-clés de l'expérience	35
<ul style="list-style-type: none">○ <i>Focus sur le personnel</i>○ <i>Focus digital</i>○ <i>Focus sur la perception des tarifs</i>○ <i>Synthèse de ce qu'il faut retenir</i>	
5. Verbatim visiteurs	45
Synthèse	50

Mot d'introduction

Le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France a souhaité mesurer la qualité ressentie par les clients de sites et parcs de loisirs ainsi que d'excursionnistes à travers le traitement et l'analyse sémantique et émotionnelle des avis en ligne.

Le dispositif apporte des éclairages sur l'expérience clients selon les thématiques suivantes :

- L'appréciation globale de la prestation consommée ou de la visite
- L'expérience visiteur à distance et les outils numériques
- La gestion de l'attente et des flux
- L'accueil par les personnels
- L'accessibilité
- La sûreté + la sécurité sanitaire
- La propreté et le bon fonctionnement des matériels
- Les efforts faits en termes de développement durable.

L'objectif du CRT est de compléter son dispositif de visites mystères dans les musées et monuments et les offices de tourisme d'Ile-de-France afin d'avoir un panorama plus complet de la qualité de l'offre touristique d'Ile-de-France.

Présentation de la startup Q°emotion



Q°emotion

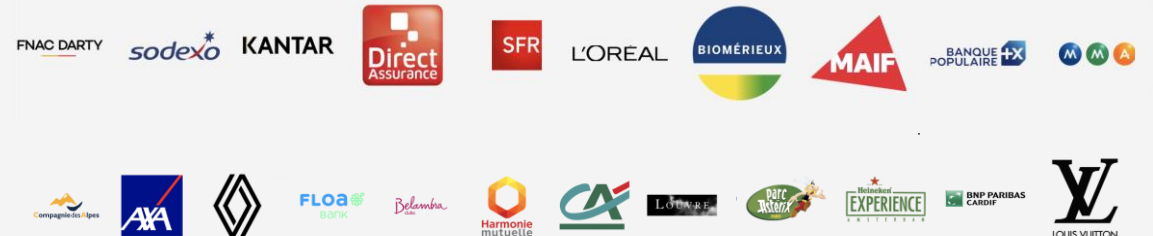
- Startup fondée en 2014.
- 10 salariés.
- Basée à la technopole de l'Aube.
- Incubée par le Welcome City Lab (WCL).

www.qemotion.com



Q°emotion propose une solution innovante qui permet aux organisations de facilement détecter et de suivre **les irritants et les points d'enchantements de leur parcours client**, grâce à l'analyse émotionnelle et sémantique des avis clients en 30 langues.

ILS UTILISENT LA PLATEFORME DE L'ÉMOTION CLIENT POUR AMELIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT



La démarche méthodologique de l'analyse



Les 2 filières considérées

15 Sites et parcs

Monuments et parcs de loisirs d'Ile-de-France.

8 Excursionnistes

Excursions touristiques en Île-de-France.



Les 2 sources d'avis client considérées dans l'analyse



> Pourquoi ces 2 sources ont été choisies ?

- Des sources publiques
- Des sources qui traduisent l'image des sites
- Des sources qui apportent un flux constant et une représentativité au cours de la saison
- Des sources très émotionnelles
- Des sources impactantes considérées par les visiteurs pour leur pouvoir d'influence et de recommandation dans leur projet futur de visite ou d'excursions.

Analyse émotionnelle: La démarche d'analyse des avis par Q°emotion



Analyse émotionnelle

Pour qualifier et quantifier l'émotion dans les propos écrits, l'analyse utilise notre dictionnaire Qemotion Corpus© enrichi de plus de 30M de mots en Langue Française qualifiés émotionnellement sur la base des normes affectives en psychologie cognitive (FAN).



Alerting

Sur la base de l'intensité émotionnelle ou des thématiques trouvées, certains Verbatim peuvent émerger, faisant apparaître des alertes



Analyse thématique

Vos verbatim sont classés sur des grilles de thématiques pertinentes établies à partir de millions de conversations clients ou collaborateurs sur votre secteur.



Insights & Actions

Si vous avez des questions sur l'expérience client ou collaborateur, Q°emotion a développé un outil de recherche intelligente qui utilise la proximité heuristique pour trouver plus facilement les verbatim pertinents. Une fois le constat établi, vous pouvez lancer les actions liées et suivre les impacts.

Analyse émotionnelle: Qu'est-ce que la température émotionnelle ?

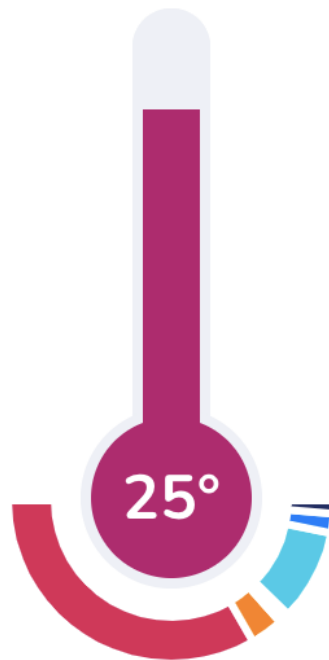
40° Emot. principale: Joie Sat. 5 / 5 Reco. NA CES NA Intens. emot. 90 % Ind. confiance 100 %

13 avril 2022

Total service was excellent, everything very easy, bookings confirmed very quickly . Our guide was very friendly and helpful . We went on an after dark trip up the tower and absolutely loved it, superb .

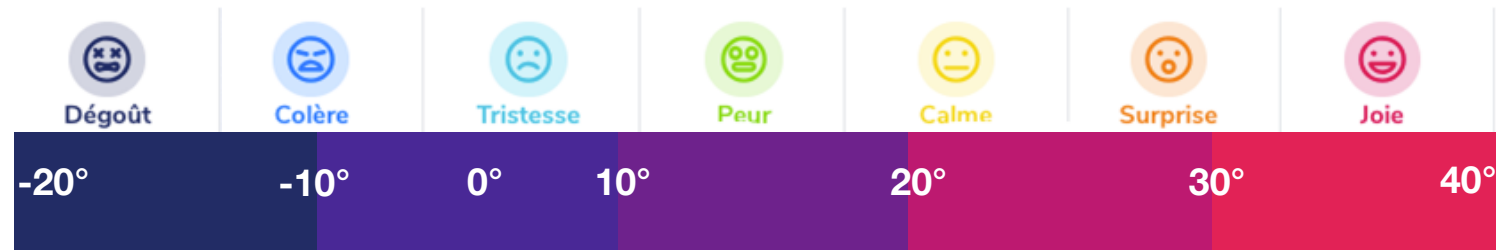
Joie Joie Joie

Une température émotionnelle est définie pour chaque avis en fonction de l'émotion exprimée.



3 Règles:

- 1. A chaque émotion, sa température
- 2. Plus les avis sont chaleureux, plus la température est élevée.
- 3. Echelle de -20°C à +40°C

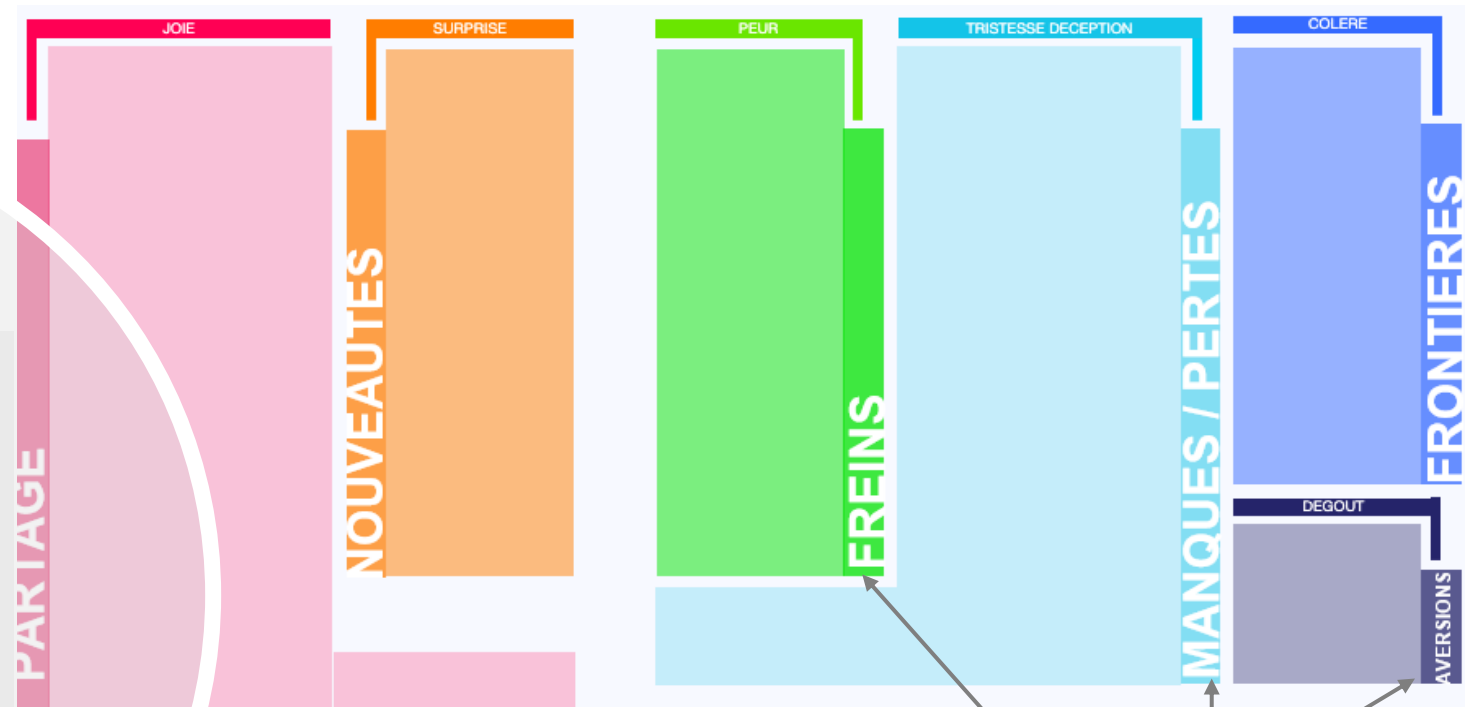


Méthodologie: Découvrir les situations vectrices d'émotions sur le parcours des visiteurs





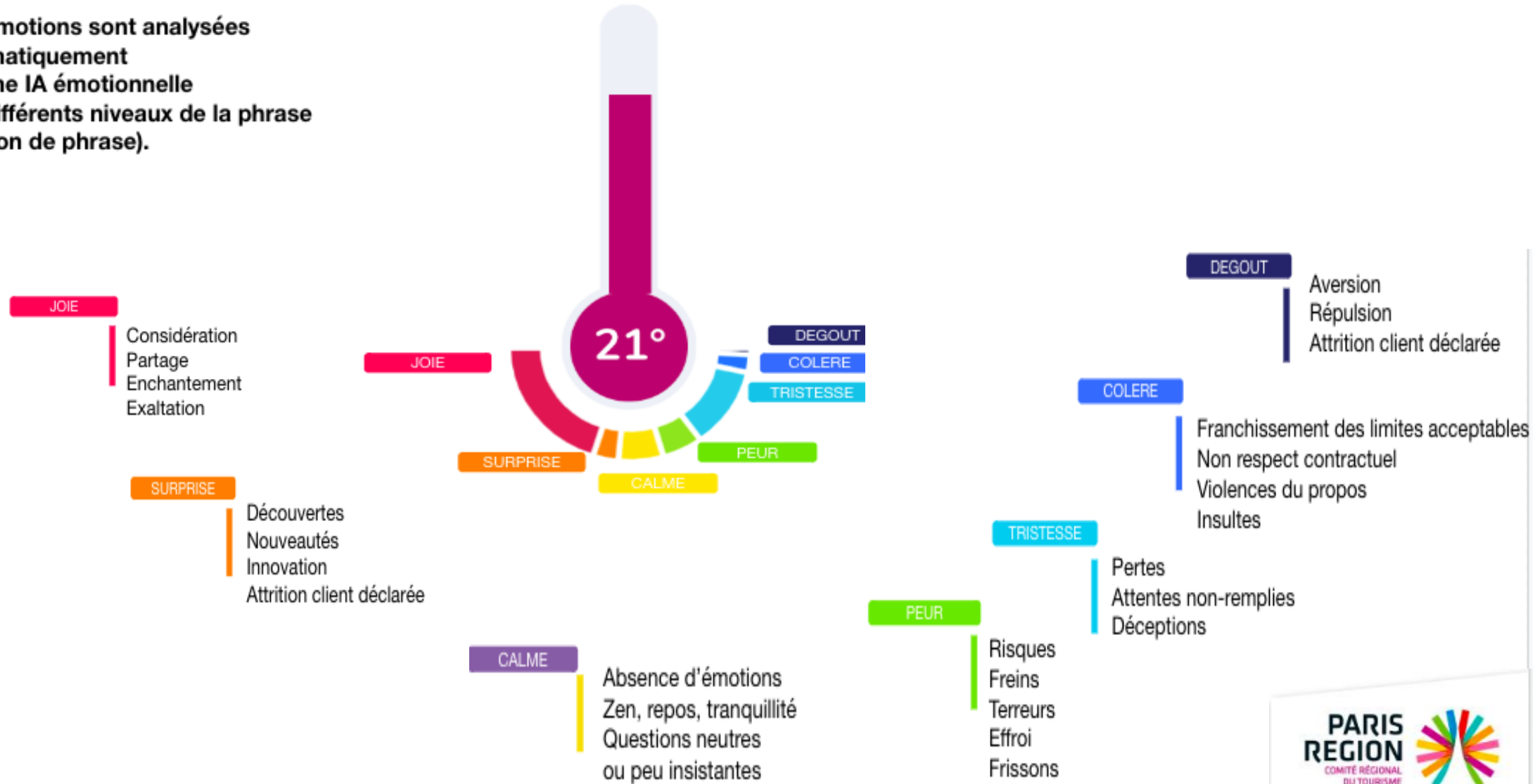
En analysant et en regroupant les avis exprimés dans chaque émotion, on peut découvrir les situations qui ont générées sur la saison Printemps- Eté ces émotions.



Chaque émotion primaire exprime un ressenti et un besoin propre inscrit en vertical

Définition des émotions primaire pour nos algorithmes

Les émotions sont analysées automatiquement par une IA émotionnelle aux différents niveaux de la phrase (section de phrase).



1. Diagnostic global de l'année 2022

Sites et Parcs

Satisfaction

14453 mentions

Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022



Satisfaction

3.9 / 5

0 pt

Excursionnistes

Satisfaction

5295 mentions

Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022



Satisfaction

4 / 5

0 pt

Ce que cela signifie...

Les notes de satisfaction sont établies sur une échelle de 1 à 5 sur les 2 sources considérées, permettant de calculer des moyennes cohérentes sans retraitement.

Meilleur score de satisfaction pour la filière excursionniste

Sur l'année 2022, avec des scores en moyenne à 4/5 une stabilisation par rapport à 2021, on se situe dans une expérience globalement satisfaisante.

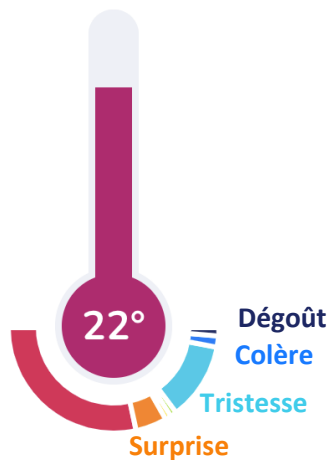
Sur cette période, les scores sont meilleurs de 0.1 points sur les excursions que sur les sites et parcs.

Sites et Parcs

Moyenne E-index ©

14453 mentions

Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

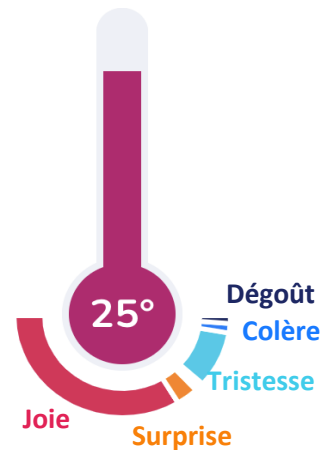


Excursionnistes

Moyenne E-index ©

5295 mentions

Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022



Ce que cela signifie...

L'e-index© (ou température émotionnelle) des commentaires est un indicateur clé de l'émotion inventé par Q°emotion pour synthétiser l'émotion principale ressentie dans les propos et son intensité correspondante.

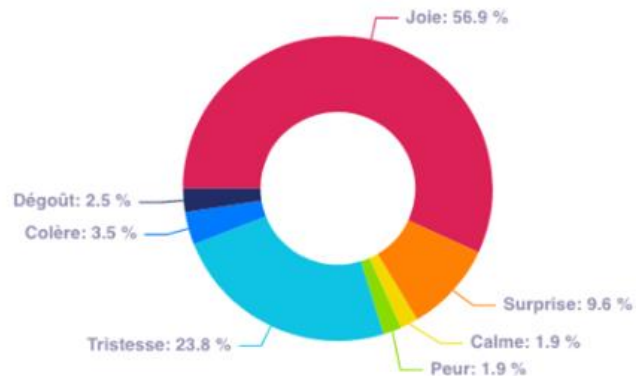
L'indice émotionnel© est caractérisé par une température émotionnelle, allant de -20°C à +40°C (ou 0°F à 100°F).

La température émotionnelle est plus chaleureuse pour les excursions

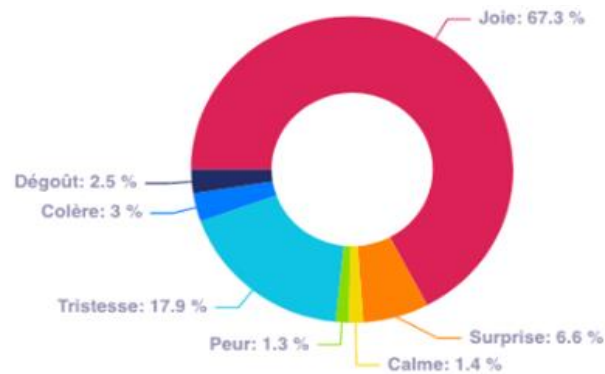
Sur l'année 2022, les avis atteignent une température assez chaude traduisant une majorité d'avis dans la joie et la surprise positive.

À l'image des scores en étoiles sur l'année, les avis sont plus chaleureux pour les excursions que pour les parcs et autres sites. Une baisse de -1pt est à noter pour la filière Sites et Parcs

Sites et Parcs



Excursionnistes



Ce que cela signifie...

Chaque avis comporte une à plusieurs phrases, avec chacune une émotion primaire associée à une intensité. L'émotion majeure dans l'ensemble du verbatim est appelé Emotion principale de l'avis et permet de calculer sur la période une répartition moyenne des avis par émotion.

La présence des avis critiques pour les deux filières

Sur cette année 2022, on note moins de Joie mais plus de Surprise dans les avis de la filière Sites et parcs par rapport à la filière Excursionnistes. Le seuil critique de 5% de colère relatif à une expérience client très conflictuelle n'est pas franchi.

En revanche le seuil des 1% de dégoût est dépassé et a augmenté par rapport au dernier bilan ce qui peut traduire la présence d'un niveau critique de clients sur le départ ou tentés par l'attrition. On note également une augmentation des émotions négatives et un déclin des émotions positives par rapport à la période précédente.

● Joie ● Surprise ● Calme ● Peur ● Tristesse ● Colère ● Dégoût

2. Diagnostic Annuel 2022

Filière Sites et Parcs

Filière Sites et parcs

Scores en étoile des avis par source



Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

Scores

2244 mentions

Satisfaction

CSAT

3.2 / 5

▲ +0,4 pts



Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

Scores

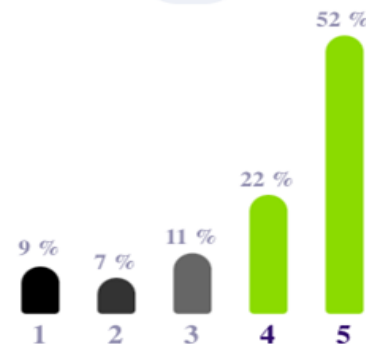
12209 mentions

Satisfaction

CSAT

4 / 5

0 pt



Ce que cela signifie...

Les notes de satisfaction sont établies sur une échelle de 1 à 5 sur les 2 sources considérées. C'est ce score d'étoile qui équivaut à une note de satisfaction globale dans les enquêtes de satisfaction.

On peut également observer la répartition des scores pour comprendre la moyenne.

Des meilleurs notes sur Google

On observe des différences assez notables entre les 2 sources sur l'année.

- Au niveau du volume, on remarque d'abord près de 5 fois plus d'avis sur Google My Business par rapport à Tripadvisor.
- 52% des clients ont attribué le nombre d'étoiles maximum sur Google contre 30% seulement sur Tripadvisor qui semble être le réceptacle d'avis beaucoup plus virulents et critiques pour la filière. Ainsi, le score est supérieur de 0,8 pts sur Google comparé à Tripadvisor. On note une stabilisation du score pour Tripadvisor égal à celui du bilan précédent mais une baisse de 0.1pt pour Google.

Filière Sites et parcs

Température émotionnelle et émotions des avis par source



Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

Émotions

2244 mentions

E-INDEX

16°

▼ -2 pts



Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

Émotions

12209 mentions

E-INDEX

24°

▲ +2 pts



Ce que cela signifie...

L' e-index© (ou température émotionnelle) des commentaires est un indicateur clé de l'émotion inventé par Q°emotion pour synthétiser l'émotion principale ressentie dans les propos et son intensité correspondante.

Ces émotions exprimées qui se répartissent en 6 émotions primaires sont détaillées dans la partie basse.

Une corrélation entre l'e-index émotionnel et son score

On note une corrélation entre la tonalité émotionnelle moyenne de l'avis traduite par l'e-index émotionnel et son score en étoile.

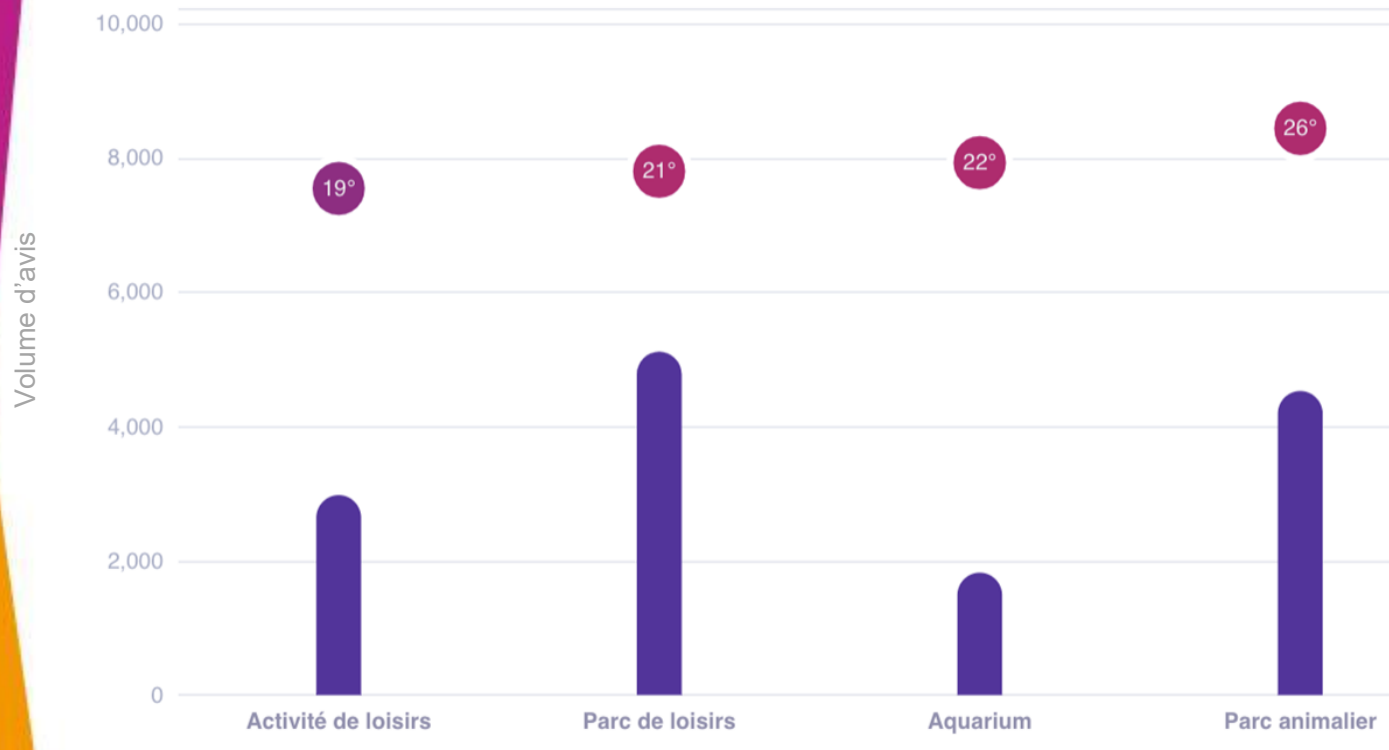
La température émotionnelle est beaucoup plus élevée sur les avis Google reviews avec notamment une proportion de joie beaucoup plus forte (60% par rapport à 39,8% des avis soit +20,2%).

De même, Tripadvisor dépasse les 10% d'avis sur des tonalités beaucoup plus virulentes.

● Joie ● Surprise ● Calme ● Peur ● Tristesse ● Colère ● Dégoût

Filière Sites et parcs

Bilan de saison par type de site



Ce que cela signifie...

On peut aisément comparer les différents types de lieux qui composent la filière sur des critères d'e-index© (ou température émotionnelle) et de volumes d'avis.

L'indice émotionnel© est caractérisé par une échelle de température allant de -20°C à +40°C.

Parc animalier la source la plus commentée

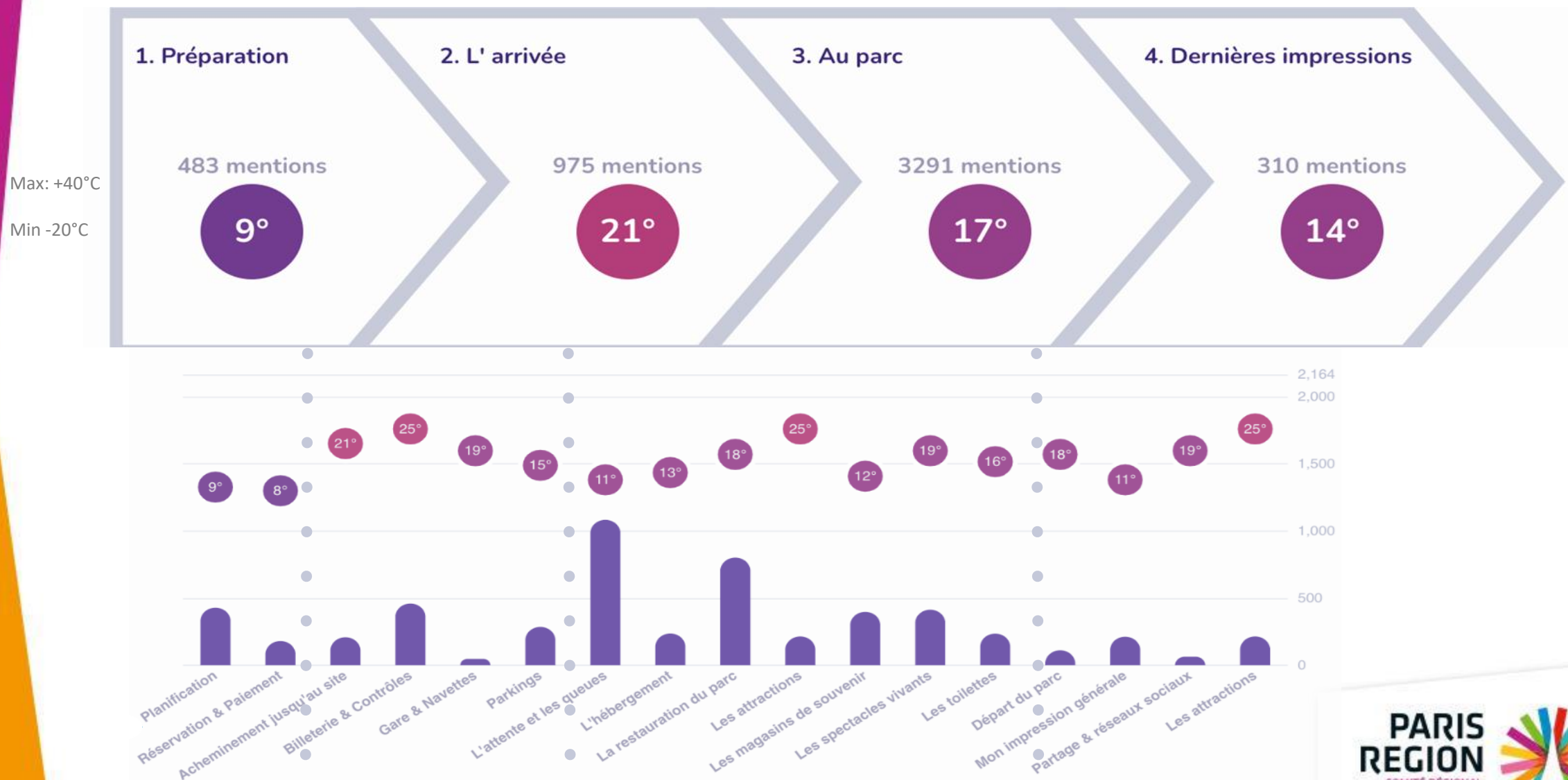
Sur l'année ce sont les parcs de loisirs qui sont le plus mentionnés avec plus de 5118 mentions suivis des parcs animaliers et des activités de loisirs comparé à dernière où les parcs animaliers dominaient largement.

Sur la filière, la température émotionnelle va de 19°C (Activité de loisirs) à 26°C (Parc animalier).

Température émotionnelle (E-index ©) des avis de la Filière Sites et parcs

Parcours Sites et Parcs

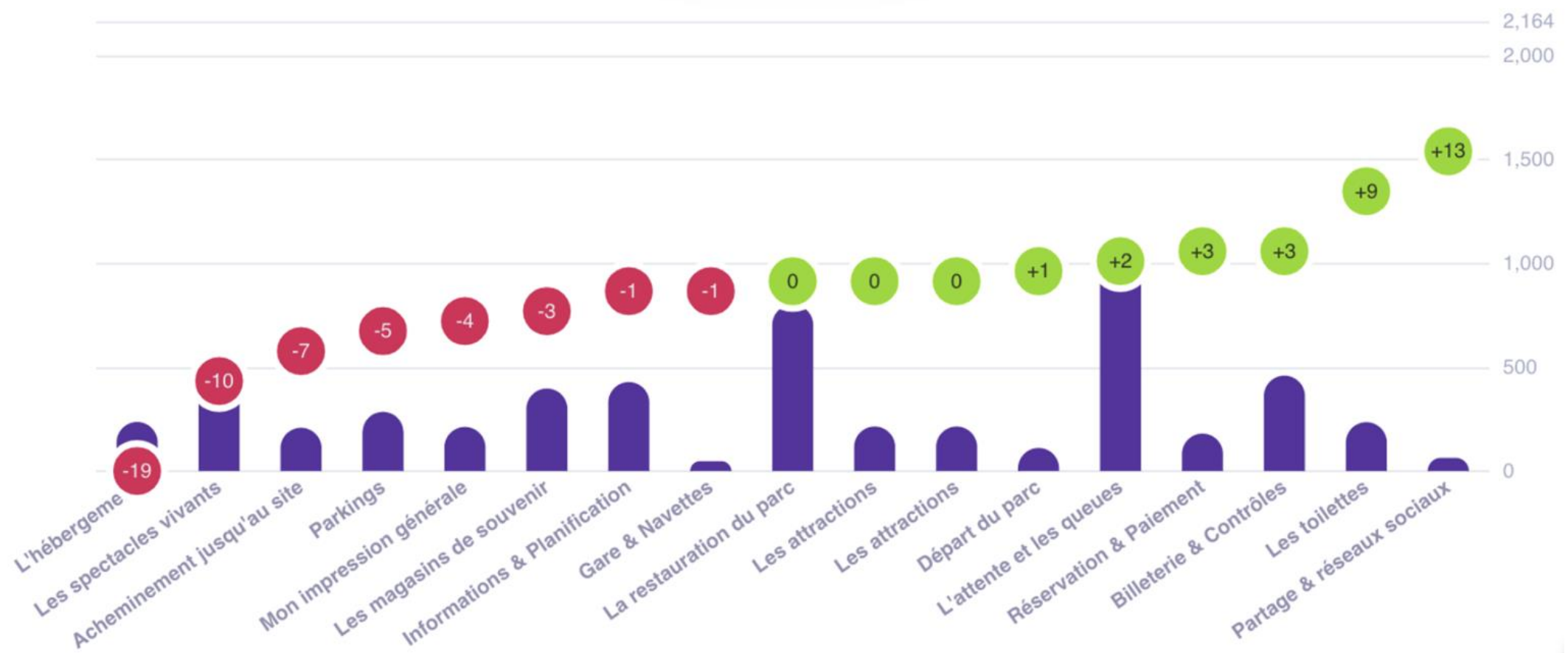
Les ressentis du parcours visiteur d'après les avis du Web



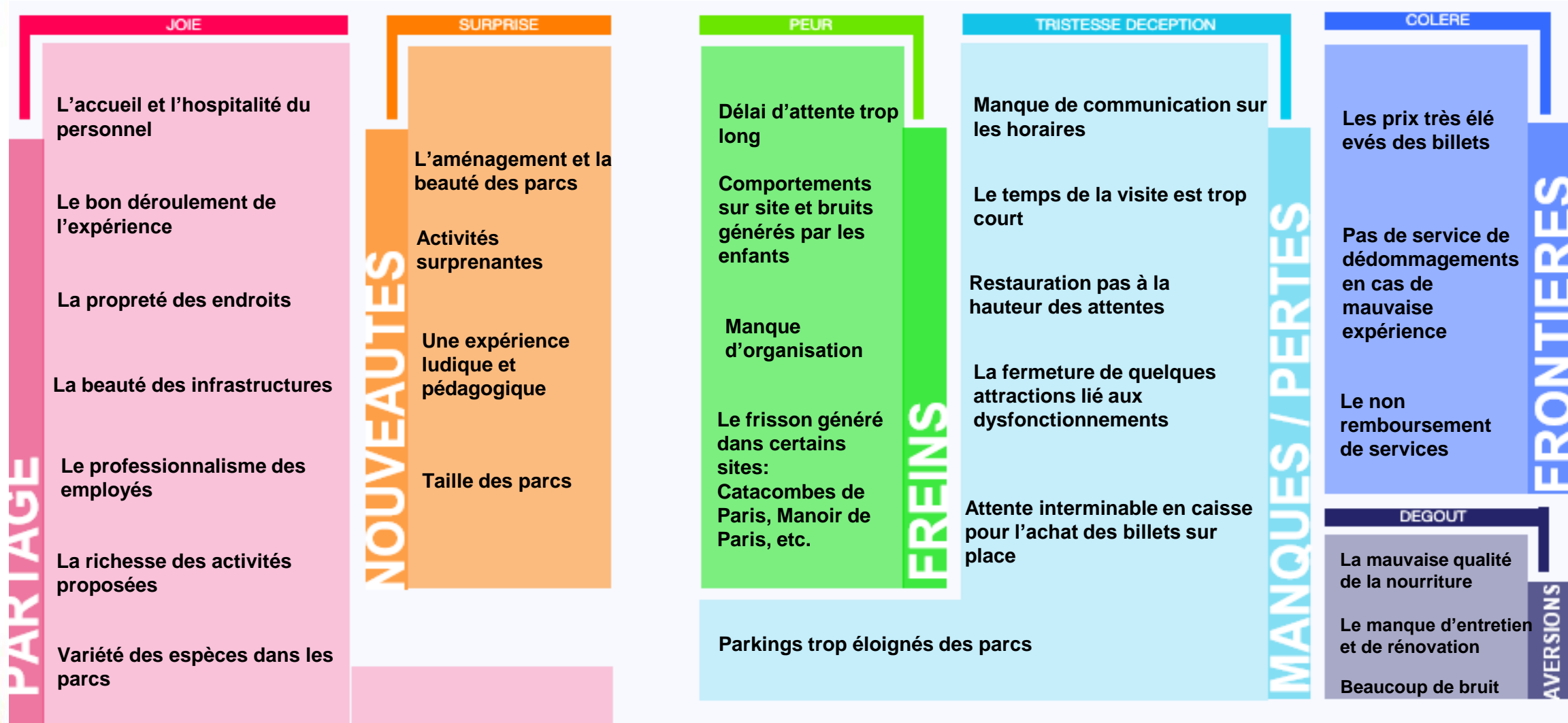
Parcours Sites et Parcs

L'évolution du ressenti du parcours visiteur d'après les avis du Web en comparaison avec 2021

Max: +40°C
Min -20°C



Les situations vectrices d'émotions sur le parcours visiteur



Les ressentis du parcours visiteur d'après les avis du Web

A retenir

Sur l'année 2022, l'étape du parcours la plus commentée par les visiteurs est l'expérience vécue au sein du parc avec plus de **3291 mentions**.

Au sein de celle-ci, deux irritants principaux apparaissent assez clairement:

- l'attente et les queues
- ainsi que les magasins de souvenirs

Ces deux irritants sont caractérisés par une température émotionnelle en dessous de 20°C car ils sont générateurs de nombreux avis exprimant de la colère, du dégoût et de la tristesse. Il s'agit donc de thématiques à traiter prioritairement afin d'améliorer l'expérience des visiteurs.

Sur l'ensemble du parcours, l'étape de préparation de la visite est la moins bien vécue par les clients avec un e-index de seulement 9°C. On remarque notamment sur cette étape les avis sur la réservation et le paiement qui sont très critiques avec une température de 8°C, liée souvent à des dysfonctionnements des sites internet de réservation.

3. Diagnostic Annuel 2022

Filière Excursionnistes

Filière Excursionnistes

Scores en étoile des avis par source



Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022



Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

Scores

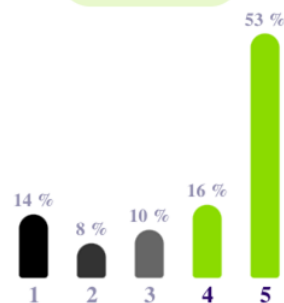
1179 mentions

Satisfaction

CSAT

3.9 / 5

▲ +0.6 pts



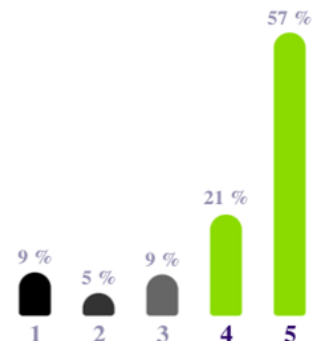
Scores

2176 mentions

Satisfaction

CSAT

4.1 / 5



Ce que cela signifie...

Les notes de satisfaction sont établies sur une échelle de 1 à 5 sur les 2 sources considérées. C'est ce score d'étoile qui équivaut à une note de satisfaction globale dans les enquêtes de satisfaction.

On peut également observer la répartition des scores pour comprendre la moyenne.

Des meilleurs scores sur Google...

Sur l'ensemble de l'année 2022, le site Google Reviews reçoit près de 2 fois plus d'avis que TripAdvisor sur la filière Excursionnistes.

Le nombre de visiteurs ayant attribué un score de 5/5 est assez similaire entre les 2 sources (53% contre 57%). On remarque également une amélioration du score de satisfaction de +0.6pts par rapport à 2021.

Cependant en global, le score est supérieur de 0,2 pts sur Google comparé à TripAdvisor en raison d'une part plus importante de scores minimaux (1 et 2 sur 5) sur TripAdvisor par rapport à Google.

Filière Excursionnistes

Température émotionnelle des avis par source



Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

Émotions

1179 mentions

E-INDEX

25°

▲ +7 pts



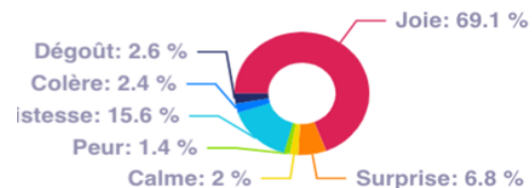
Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

Émotions

2176 mentions

E-INDEX

26°



Ce que cela signifie...

L' e-index© (ou température émotionnelle) des commentaires est un indicateur clé de l'émotion inventé par Q°emotion pour synthétiser l'émotion principale ressentie dans les propos et son intensité correspondante.

L'indice émotionnel© est caractérisé par une température émotionnelle, allant de -20°C à +40°C (ou 0°F à 100°F).

Une similarité sur l'e-index et les émotions joie et surprise pour les 2 sources

L'e-index est similaire sur les deux sources d'avis clients et traduit des proportions de joie et de surprise positive relativement similaires sur les 2 sources d'avis.

En revanche, on remarque qu'il y a légèrement plus de dégoût exprimé sur Google mais une nette amélioration de la température émotionnelle pour Tripadvisor sur l'année 2022 qui se traduit par une progression de 7pts par rapport à 2021.

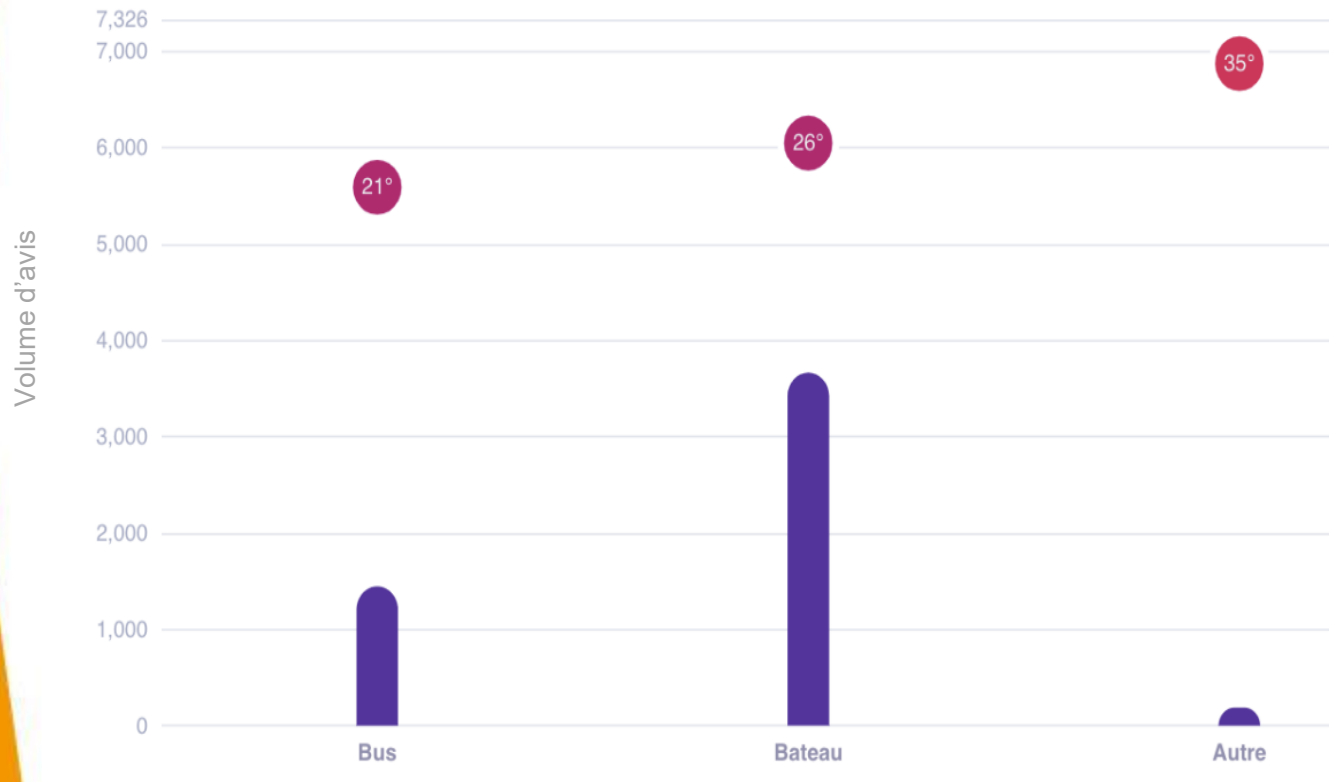
Filière Excursionnistes

Bilan de saison par type d'excursion

Ce que cela signifie...

On peut aisément comparer les 3 types d'excursions qui composent la filière sur des critères d'e-index© (ou température émotionnelle) et de volumes d'avis.

L'indice émotionnel© est caractérisé par une échelle de température allant de -20°C à +40°C.



Les excursions en bateau sont les plus commentées

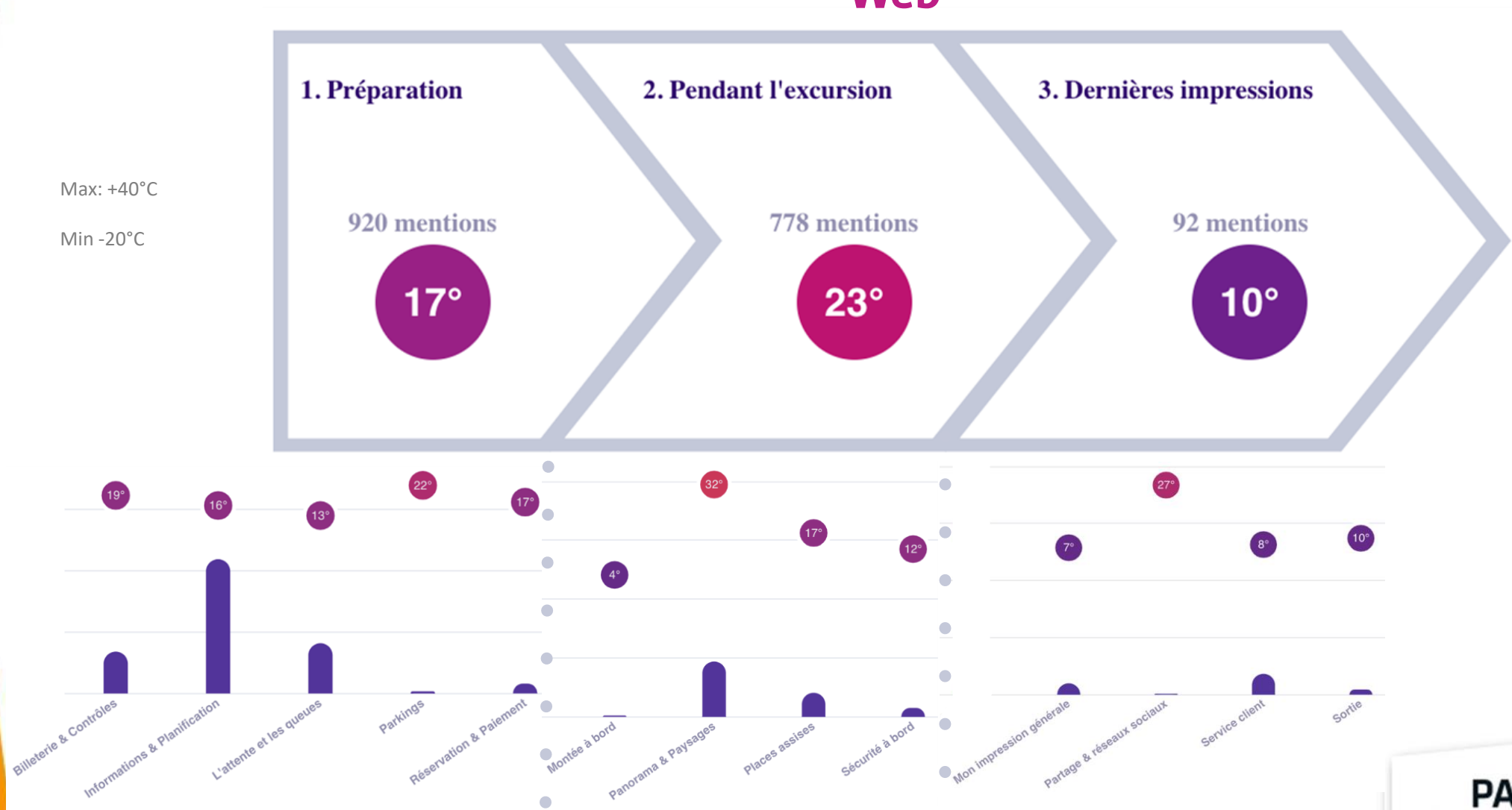
Sur l'année 2022, sur la filière Excursionnistes, ce sont les excursions en bateau qui génèrent le plus d'avis avec plus de 3600 commentaires.

Les excursions en Bus reçoivent des avis plus critiques avec une température moyenne sur la période de 21°C, contre 35°C aux autres excursions (autres véhicules).

Température émotionnelle (E-index ©) des avis de la Filière Excursionnistes

Parcours Excursionnistes

Les ressentis du parcours visiteur d'après les avis du Web

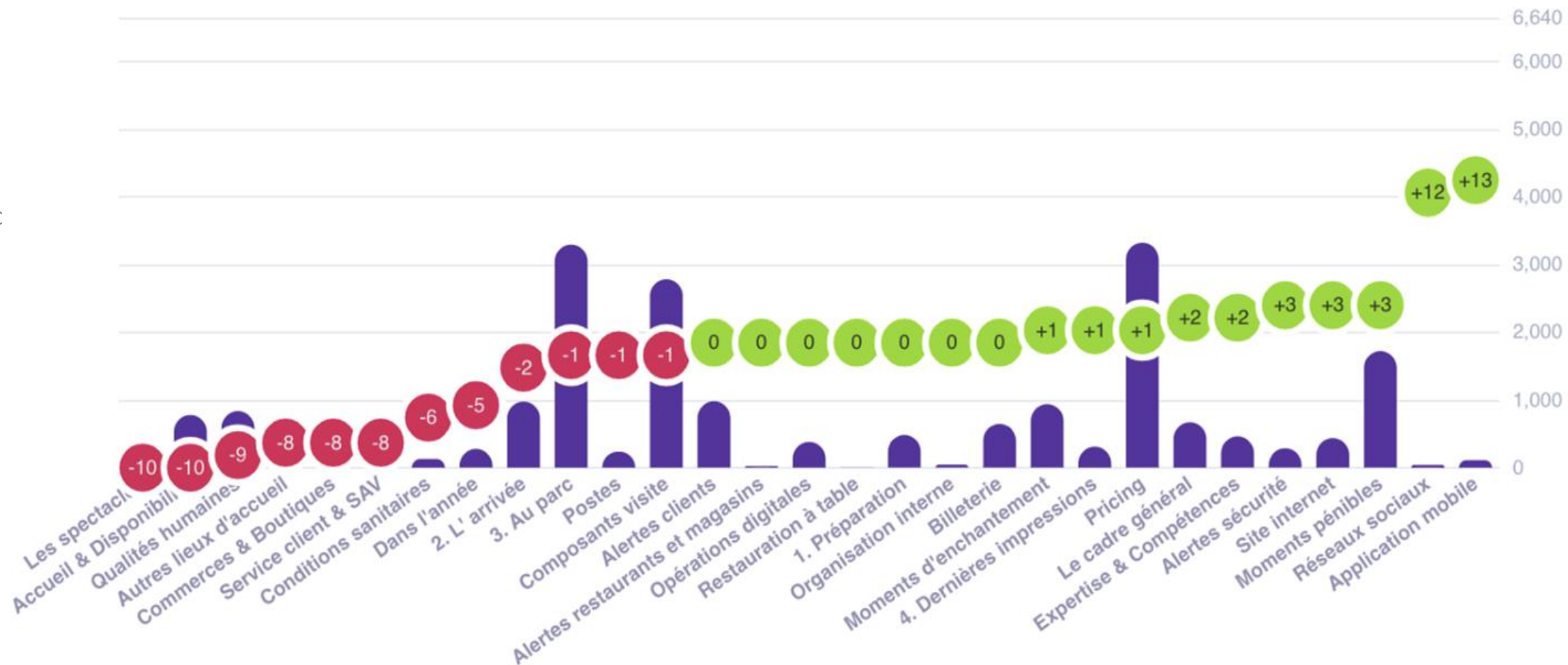


Parcours Excursionnistes

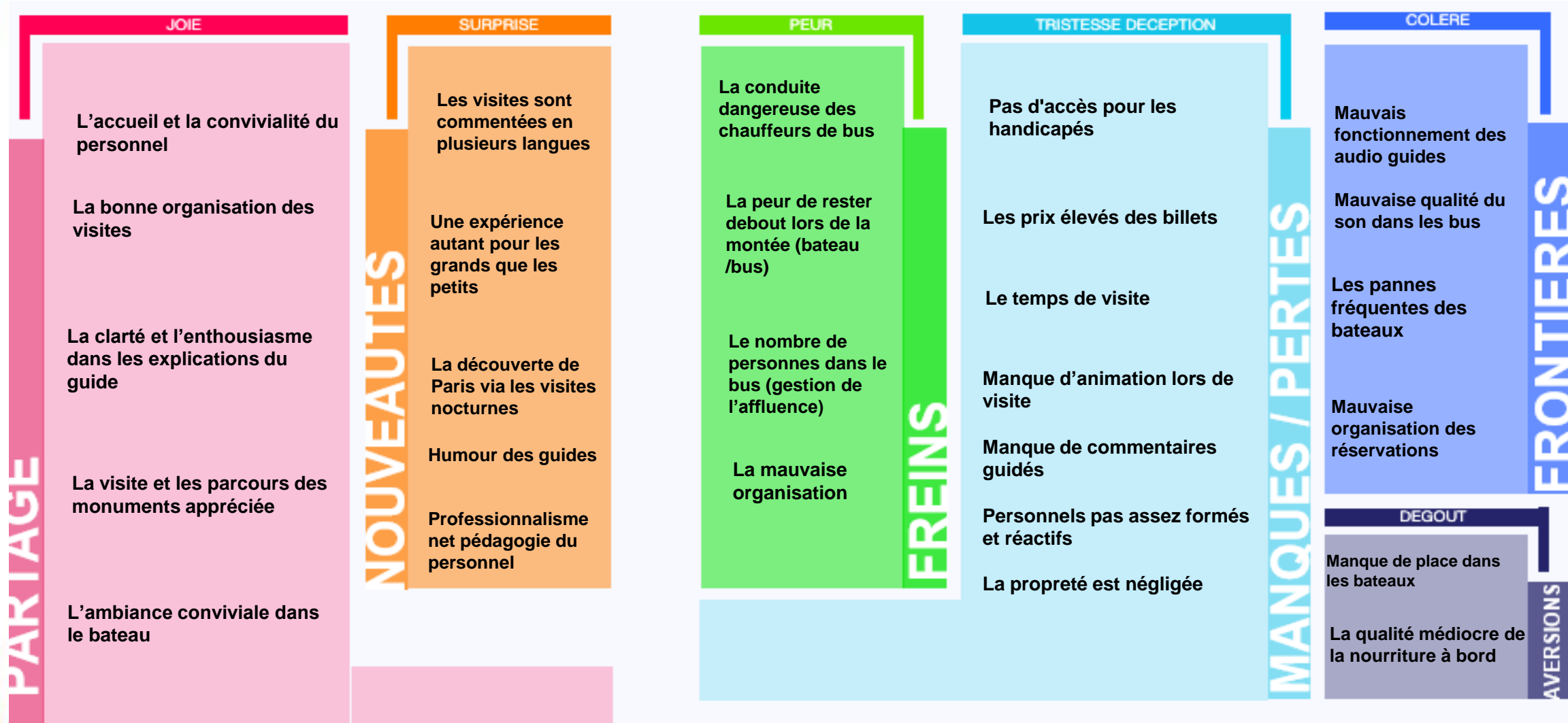
L'évolution du ressenti du parcours visiteur d'après les avis du Web en comparaison avec 2021

Max: +40°C

Min -20°C



Les situations vectrices d'émotions sur le parcours visiteur



Parcours Excursionnistes

Les ressentis du parcours visiteur d'après les avis du Web

A retenir

Sur l'année 2022, l'étape du parcours la plus commentée par les visiteurs est l'étape de préparation et d'enregistrement avec un nombre de **920 mentions**.

Sur l'ensemble du parcours, quatre irritants principaux apparaissent assez clairement:

- l'attente et les queues en caisse
- ainsi que la difficulté d'accès jusqu'au site (accès handicapés, travaux, difficulté à trouver les lieux de départs, etc.)
- la montée à bord et la difficulté de trouver des places
- la propreté des lieux

Ces quatre irritants sont caractérisés par une température émotionnelle en dessous de 15°C car ils sont générateurs de nombreux avis exprimant de la peur, de la colère et du dégoût. Il s'agit donc de thématiques à traiter prioritairement afin d'améliorer l'expérience des visiteurs.

5. Focus sur les thèmes clés de l'expérience visiteur

Thématique Personnel

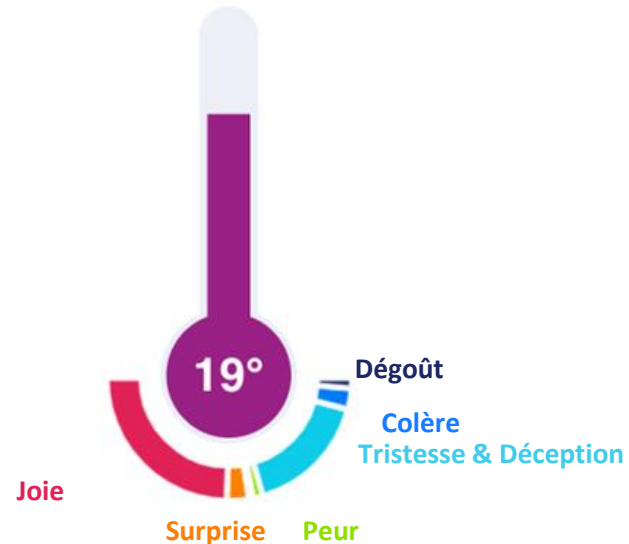
Température émotionnelle des avis

Sites et Parcs

Moyenne E-index ©

3471 mentions

Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

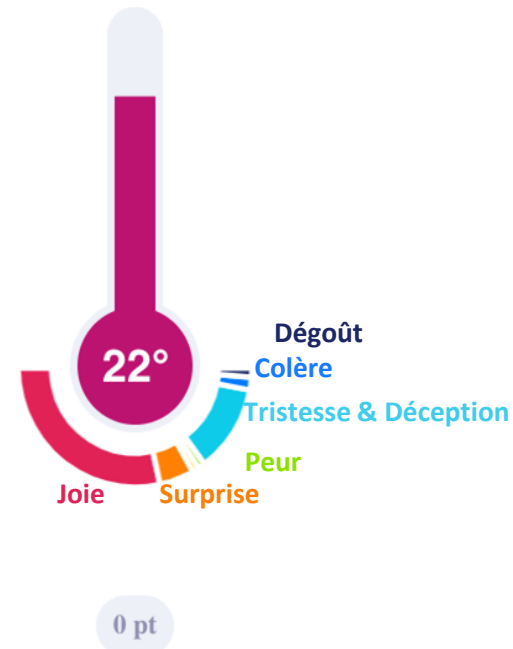


Excursionnistes

Moyenne E-index ©

14453 mentions

Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022



Des émotions favorables pour la thématique Personnel

Premier sujet évoqué lors d'une visite/excursion, le personnel et l'accueil, est aussi celui qui génère le plus d'émotions favorables et donc se caractérise par la température la plus chaude parmi tous les sujets.

Au-delà des spécificités de chaque site, **le personnel/l'accueil est donc la dimension de l'expérience qui est la plus à même de créer un lien émotionnel et mémorable avec le visiteur.**

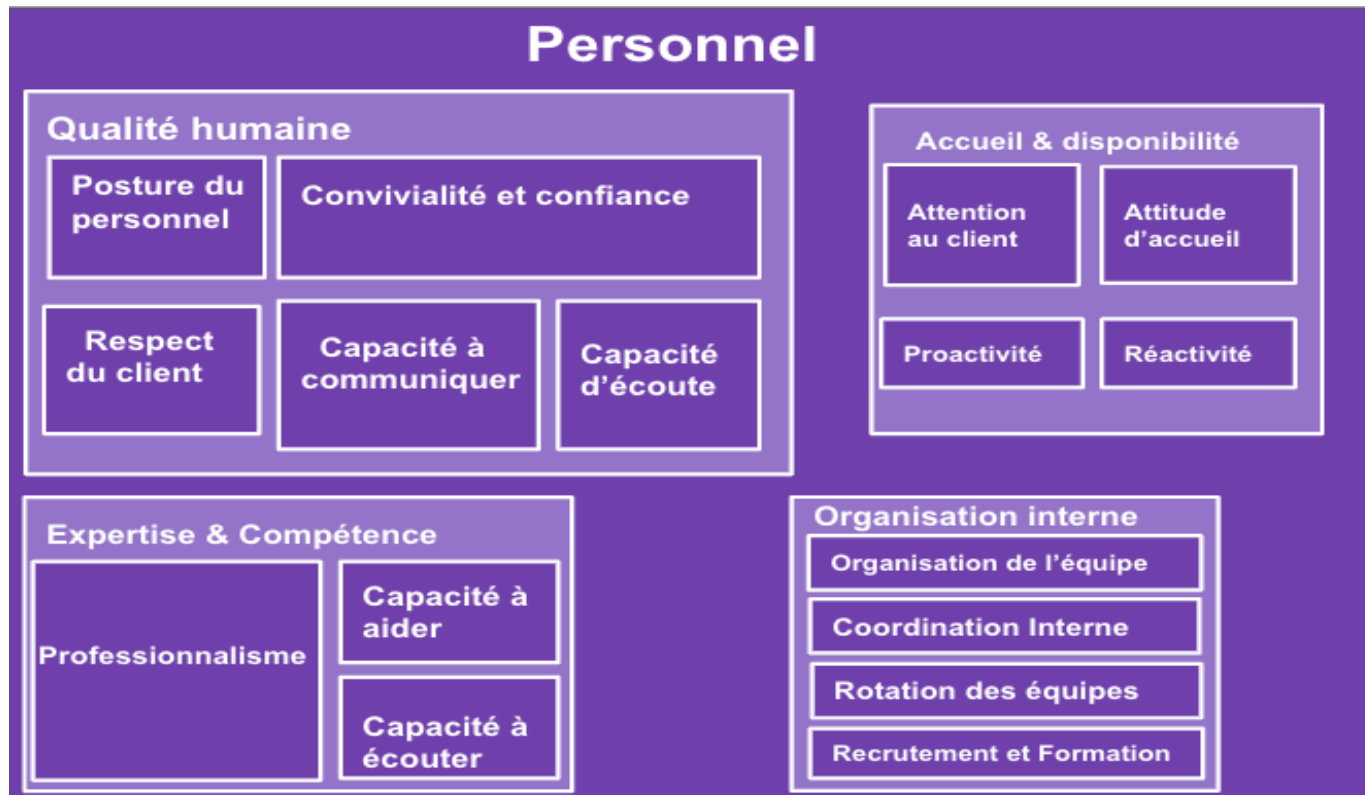
Entre les deux filières, si la proportion de joie dans les avis est assez similaire, c'est la part de tristesse qui fait la différence: Sur la filière Sites et parcs la part de tristesse présente ainsi plus de 30% des avis, elle est liée à l'organisation et la coordination interne des équipes, le mauvais comportement des caissier(e)s, mais aussi la propreté des lieux etc.

Thématique Personnel

Répartition par sous-thème

Sites et Parcs

Excursionnistes



Le sujet le plus évoqué par les clients est le personnel

L'expérience Personnel est centrale pour les visiteurs.

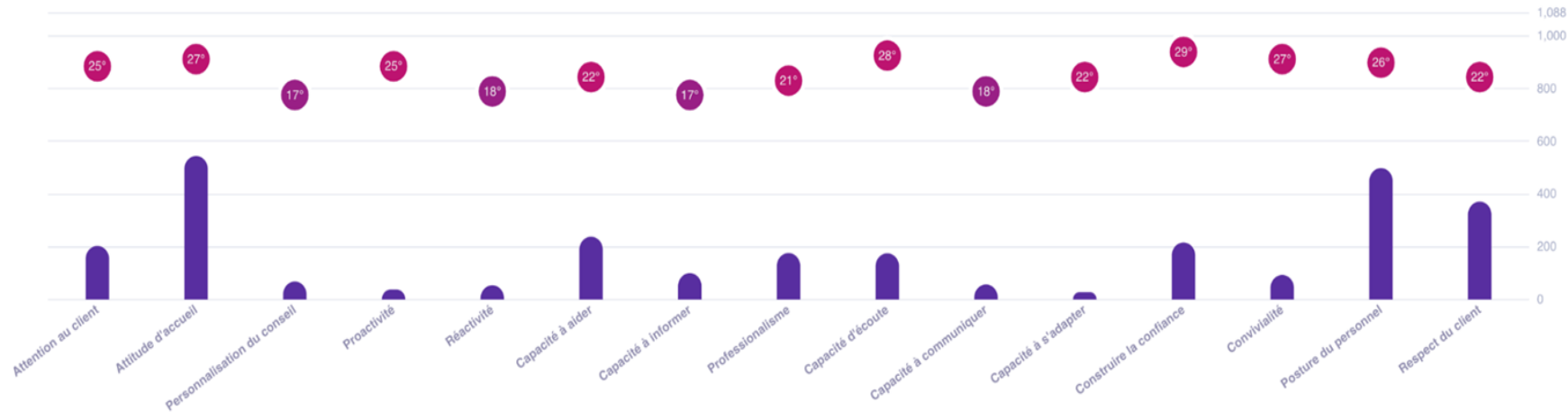
En analysant ces avis sur l'année 2022, on trouve quelques grandes sous-thématiques communes aux deux filières. Les avis qui évoquent la dimension Personnel sont en effet centrés à 80% sur l'un des 4 sujets suivants:

- Sur les qualités humaines du personnel
- Sur le niveau d'accueil et la disponibilité
- Sur l'expertise et la compétence des agents
- Sur l'organisation interne

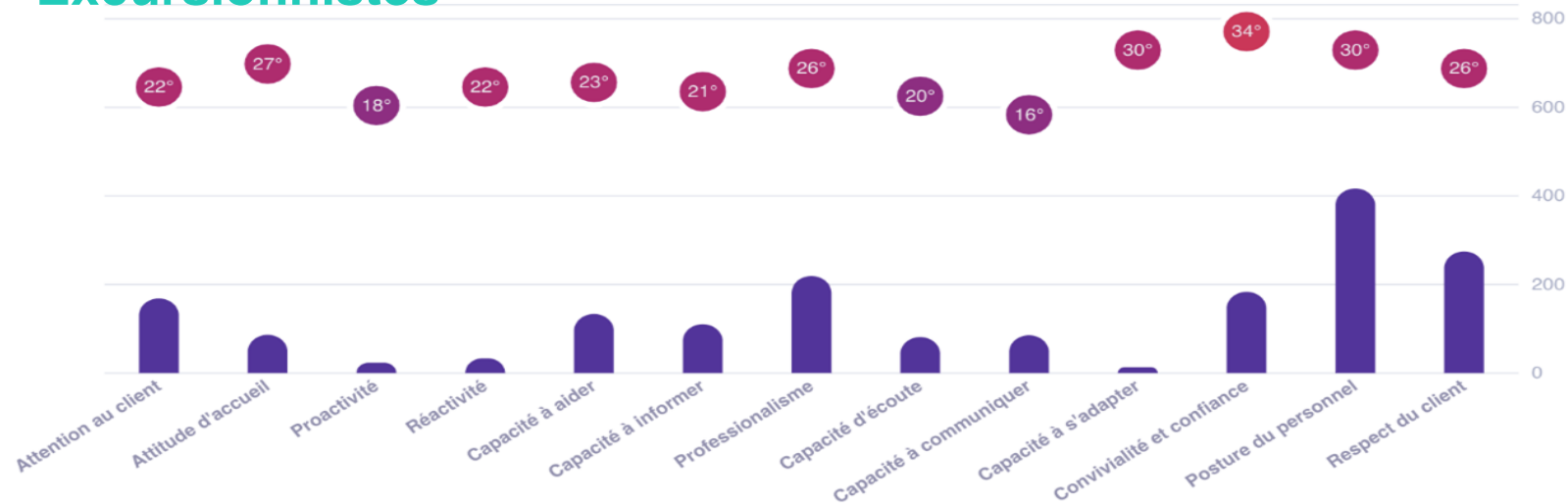
Thématique Personnel

Température émotionnelle et volume d'avis par sous-thème

Sites et Parcs



Excursionnistes



La sous-thématique communication est la plus critiquée:

On a vu que la thématique du personnel est globalement plutôt appréciée par les visiteurs.

C'est l'accueil et la capacité d'écoute qui sont les sujets plus appréciés.

A l'inverse, on remarque que la communication est un point d'amélioration pour les deux types de sites avec respectivement 18° et 16°C (amélioration de 2pts et 1pt par rapport à la période Printemps-Été) Notamment en raison de l'attitude du personnel lorsqu'il faut gérer certaines situations (pannes, incidents, remboursement).

Thématique **Expérience digitale**

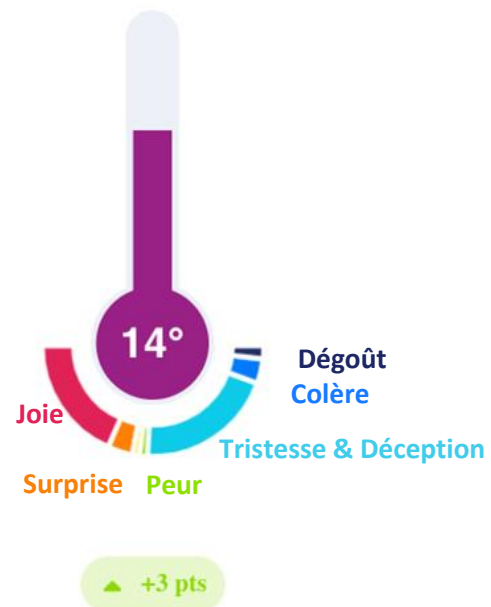
Température émotionnelle des avis

Sites et Parcs

Moyenne E-index ©

590 mentions

Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022

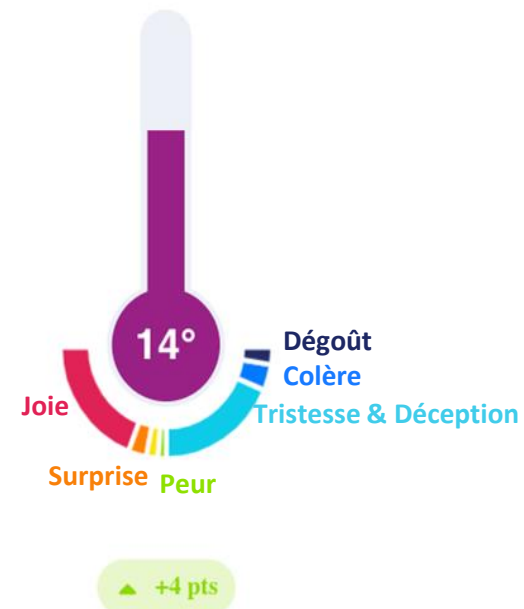


Excursionnistes

Moyenne E-index ©

198 mentions

Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022



Le digitale est l'expérience la moins évoquée par le client :

Le sujet digital est un peu un sujet marginal au regard du contenu des avis exprimés. Le volume d'avis évoquant la dimension digitale n'est en effet pas très important. Les avis qui évoquent l'expérience digitale sont cependant plus mitigés que les avis en général.

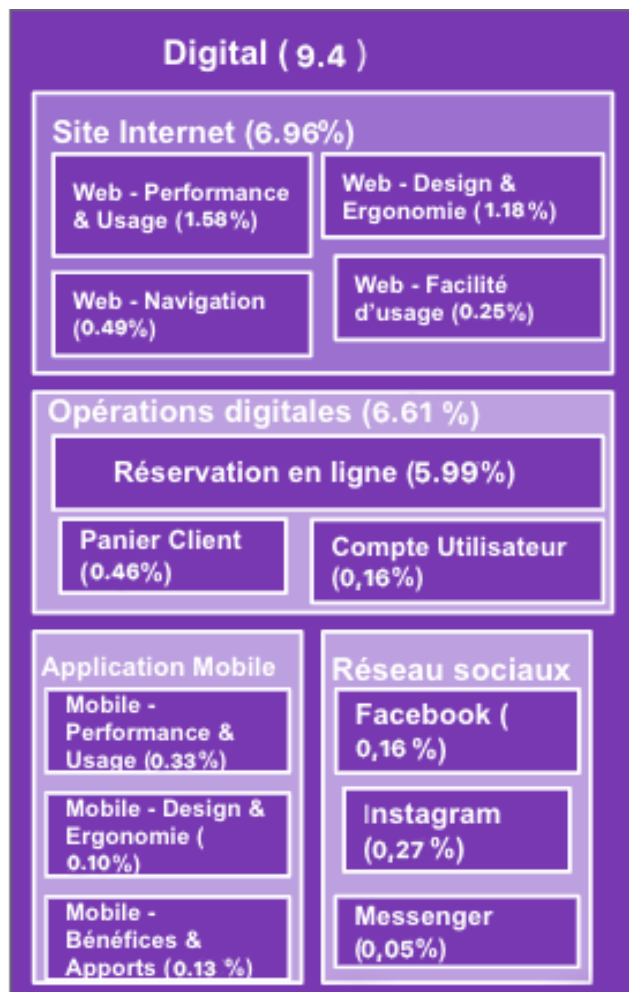
Entre les deux filières, si la proportion de joie dans les avis est assez similaire, c'est la part de dégoût et de colère qui fait la différence: Sur la filière Excursionnistes, la part de dégoût et de colère présentent ainsi plus de 15 % des avis, liés à des problèmes de dysfonctionnement du site, des problèmes de réservation, incohérence dans les informations de prix, etc.

Néanmoins on peut noter une nette progression comparé à l'année 2021 avec respectivement +3pts et 4pts pour les filières Sites et Parcs, et Excursionnistes dans la température émotionnelle.

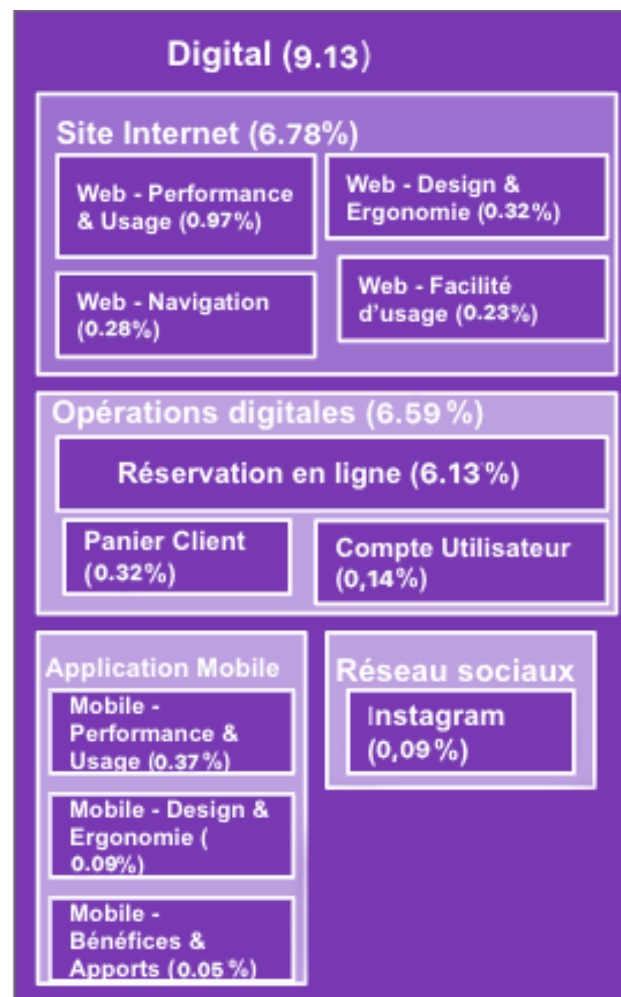
Thématique **Expérience digitale**

Répartition par sous-thème

Sites et Parcs



Excursionnistes



Les sous-thèmes évoqués par les 2 filières sont similaires

En analysant les sous-thèmes évoqués, on note des similitudes entre les 2 filières sur l'année.

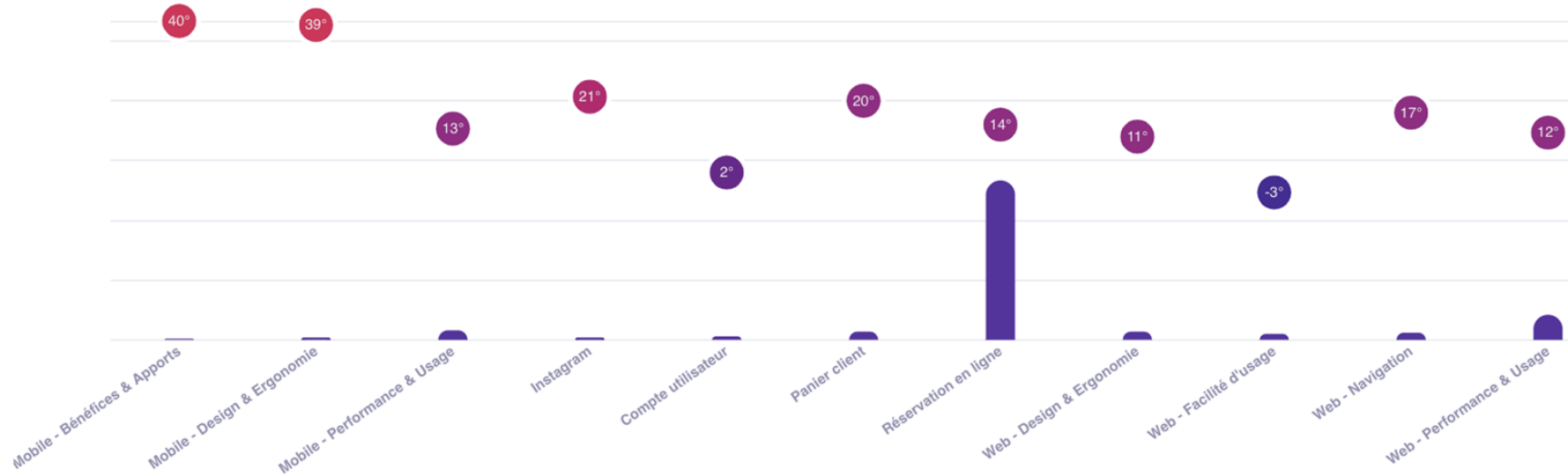
Sur la filière Sites et parcs, et Excursionnistes les feedbacks sont centrés à la fois sur le site vitrine et sur les réservations. Quant aux mentions de l'application mobile elles sont plus conséquentes pour la filière **Excursionnistes**.

Par ailleurs les mentions évoquant les réseaux sociaux sont en revanche très limités en volume.

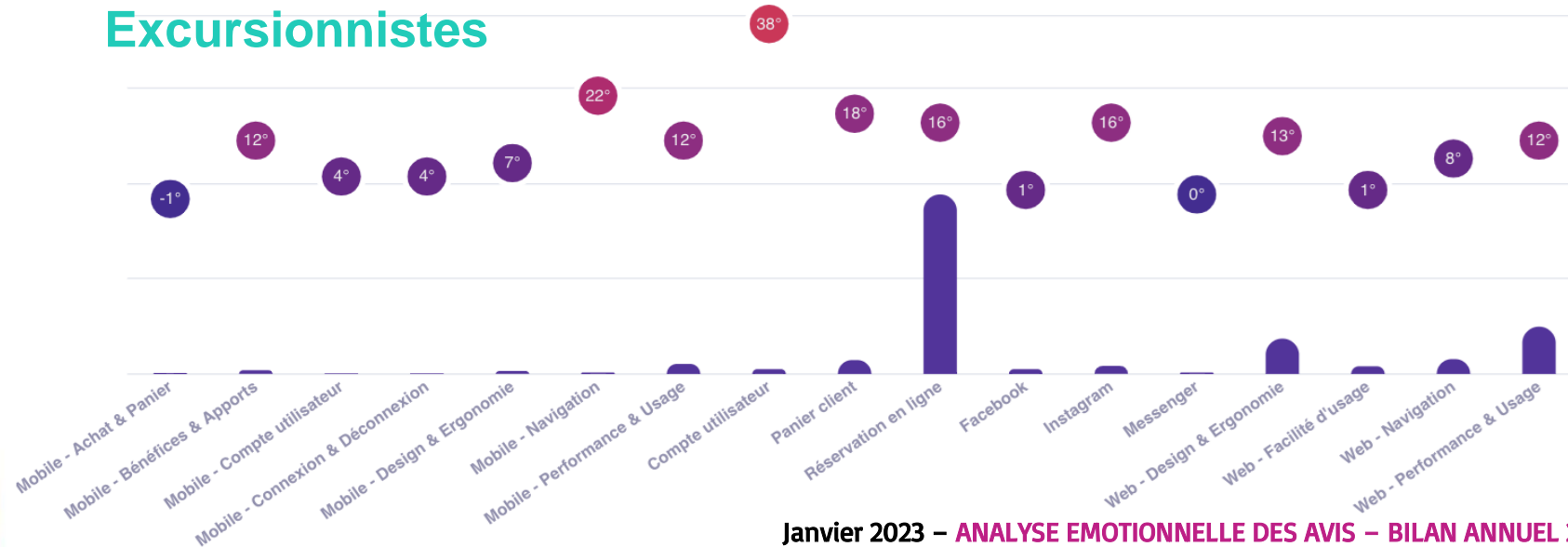
Thématique **Expérience digitale**

Température émotionnelle par sous-thème

Sites et Parcs



Excursionnistes



Le web et mobile sont les sujets les plus critiqués

L'expérience digitale de réservation est de loin le premier sujet évoqué dans l'expérience digitale (2,3% des avis sur les deux filières). Les avis sont globalement assez mitigées à 14°C et 16°C sur les 2 filières.

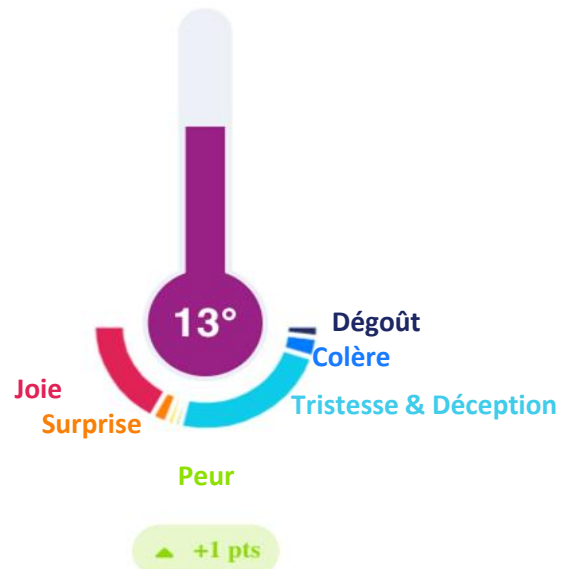
Lorsqu'ils sont évoqués, ce sont le web et mobile qui sont les sujets le plus froid sur les 2 filières (-3° et -1°) : Sur les sites, soit les services génèrent une certaine déception, soit ils sont encore assez mal maîtrisés/exploités (publicité trompeuse, problème technique et de réactivité).

Thématique Prix

Température émotionnelle des avis

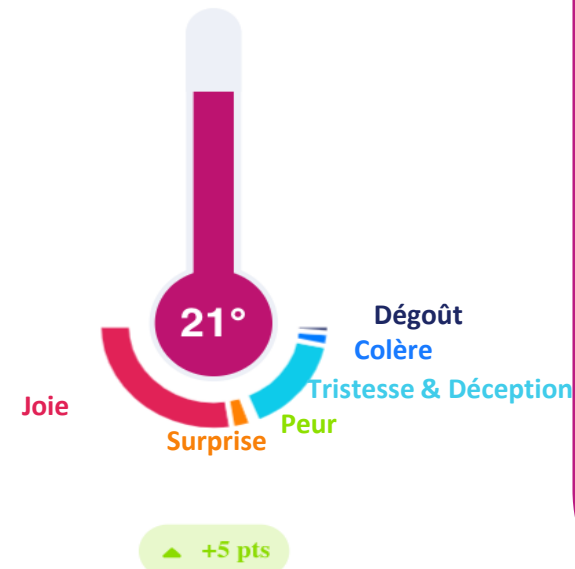
Sites et Parcs

Moyenne E-index ©
3320 mentions
Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022



Excursionnistes

Moyenne E-index ©
516 mentions
Du 1 janvier 2022 au 31 décembre 2022



La thématique Prix est plus notable sur la filière Sites et Parcs

Le visiteur des sites et Parcs est plus sensible au sujet du prix que celui de la filière Excursionnistes:

- En effet le prix est un sujet évoqué dans plus de 3600 avis (soit près de 13% des avis de la filière Sites et Parcs) contre seulement 5,8% des avis Excursionnistes.
- Emotionnellement, on voit également de grosses différences : la part d'avis négatifs est majoritaire sur la Filière Sites et Parcs mais minoritaire sur la Filière Excursionnistes.

Sur la filière **Excursionnistes**, derrière la moyenne à 21°C, se cache un fossé important dans la perception des visiteurs: c'est essentiellement le niveau de prix des Tours en bus qui est souvent critiqué (21°C), alors que les niveaux de prix des autres types de croisières ou d'excursions sont bien mieux perçus (26°C).

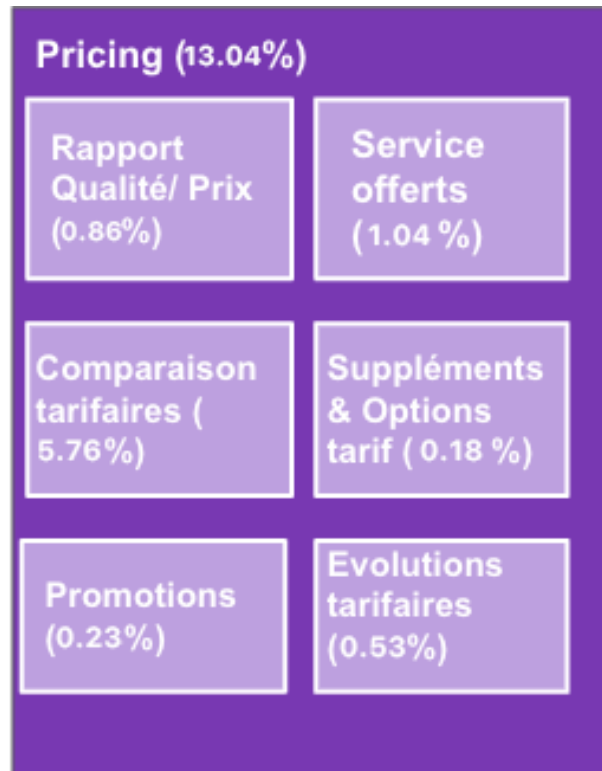
Sur la Filière **Sites et parcs**, c'est la tarification des activités de loisirs qui est critiquée (18°C), alors que les parcs de loisirs et parcs animaliers se positionnent respectivement à 21°C et 26°C sur l'année.

On note sur l'année 2022 une large amélioration pour la filière Excursionnistes qui se traduit à travers une hausse de 5pts sur la température émotionnelle.

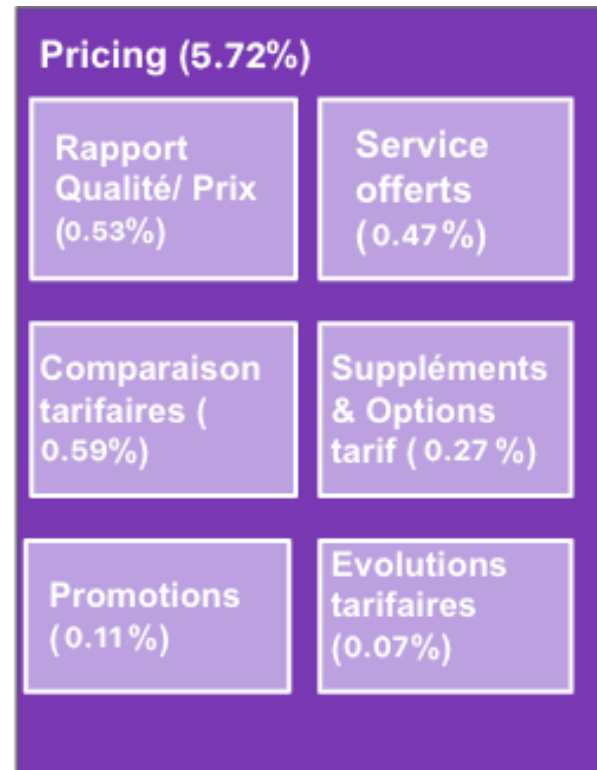
Thématique Prix

Répartition par sous-thème

Sites et Parcs



Excursionnistes



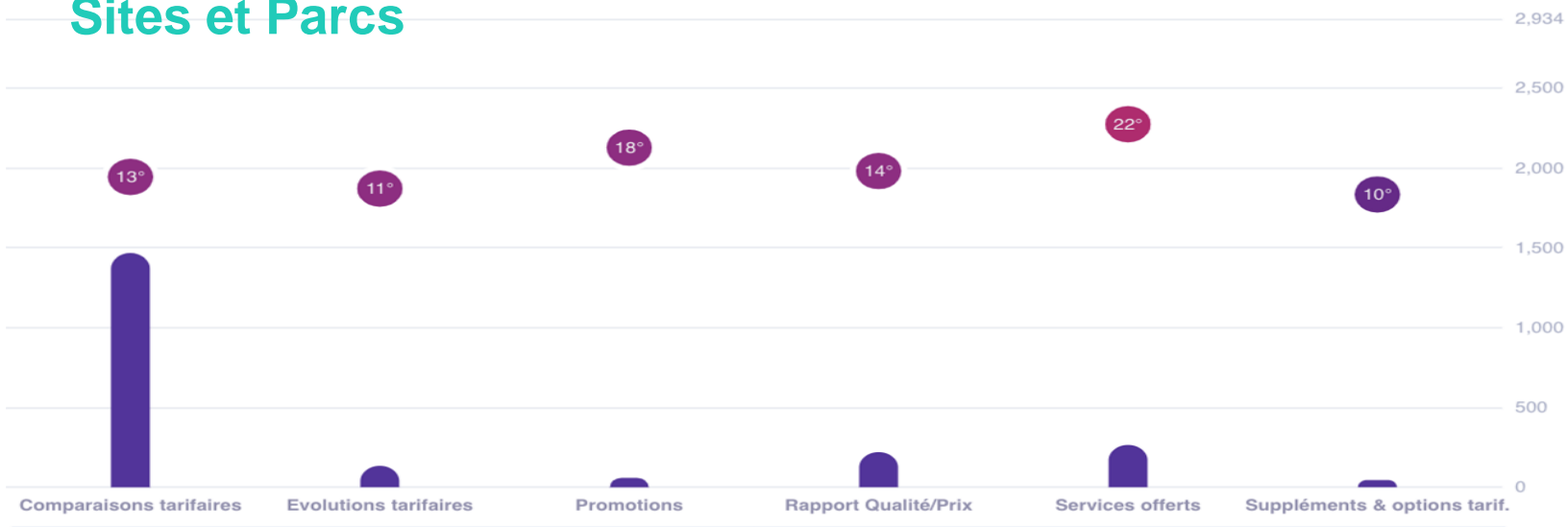
Les clients sont plus sensibles pour les sujets comparaison tarifaire et rapport qualité/prix

- Sur les 2 filières, le sujet des augmentations tarifaires n'apparaît pas comme un sujet majeur aux yeux des visiteurs surtout pour la filière Sites et Parcs.
- La thématique du pricing pèse plus du côté de la filière Sites et Parcs.
- Sur la filière de cette dernière, c'est plutôt le sujet de la comparaison tarifaire entre sites qui centralise le plus les conversations ainsi que les services offerts.
- Sur la filière Excursionnistes, les conversations se partagent sur les comparaisons tarifaires et sur le rapport Qualité / Prix perçu.

Thématique Prix

Température émotionnelle par sous-thème

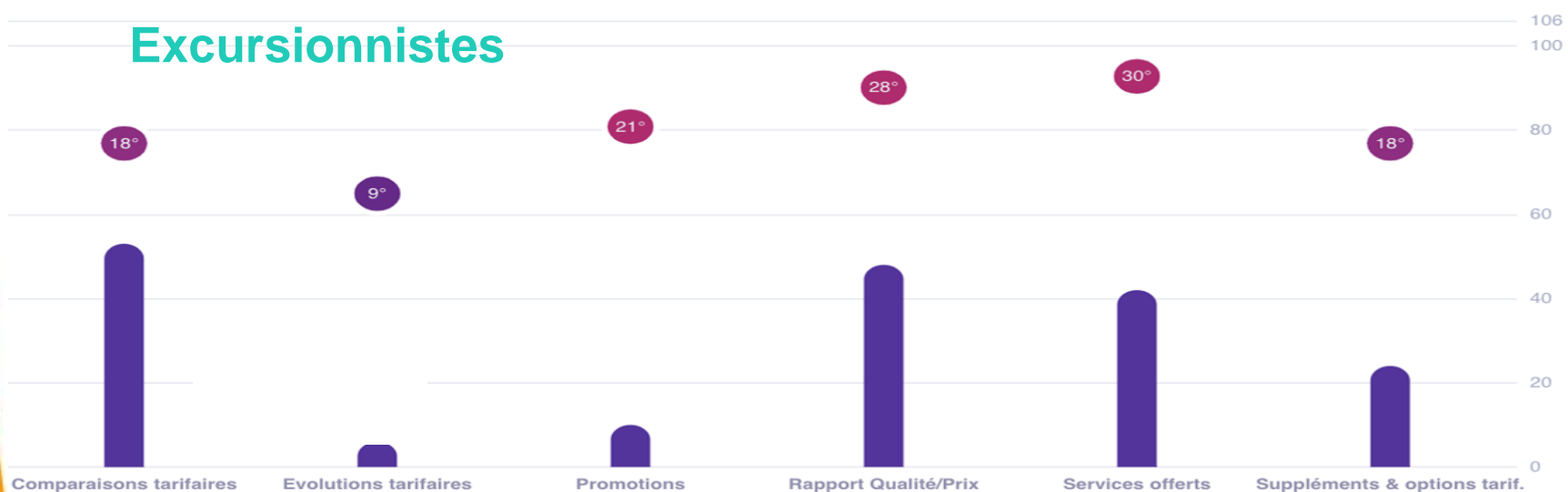
Sites et Parcs



La température émotionnelle est plus chaleureuse pour les services offerts

Globalement, les services offerts sont appréciés par les clients. Le rapport qualité/prix est particulièrement bien perçu pour les excursionnistes à l'inverse des sites et parcs.

Excursionnistes



Les visiteurs sont plus critiques sur les suppléments et options tarifaires des sites et parcs qu'ils jugent excessifs (notamment le prix des parkings ou de la nourriture).

6. Verbatim visiteurs

Filière Sites et Parcs

Verbatim clients et Emotions



Joie

44



Surprise

40°

Emot.
principale
Joie

4 novembre 2022

C'était super ! Personnels très gentils et une expérience incroyable je recommande

Joie

Joie

30°

Emot.
principale
Surprise

8 novembre 2022

On se croyais au cœur de l'océan . C'est une merveille !!!

Surprise

40°

Emot.
principale
Joie

12 novembre 2022

Très bonne thematisation avant d'embarquer, personnel souriant et agréable, film de très bonne qualité, vivement que les casques VR soient changés pour une expérience encore plus

impressionnante

Joie

30°

Emot.
principale
Surprise

10 novembre 2022

Une vraie parenthèse féerique . Décor incroyable et somptueux avec de nombreux détails .
Attractions varié (pour tout âge) . Je recommande vivement Disneyland Paris .

Surprise

Surprise

30°

Emot.
principale
Surprise

30 décembre 2022

Merveilleux décors, personnages au Rdv, attractions au top, rien à redire vraiment incroyable !

Surprise

(ps : un badge est récupérable gratuitement au city hall ! 😊)

Surprise

Filière Sites et Parcs

Verbatim clients et Emotions



Peur



Tristesse



Colère



Dégoût

10°

Emot.
principale
Peur

30 octobre 2022

Le prix est bien trop élevé, si il n'y avait pas trop de monde le tour ce ferait en une demi heure . Trop de monde bien trop chère .

Peur

4°

Emot.
principale
Tristesse

27 décembre 2022

Parc à fric ayant refusé des jeunes alors qu'ils voulaient faire une sortie entre cousins venus de loin, et que leurs réservations internet avaient été mal validées A cette époque de l'année, ils auraient pu avoir l'esprit de Noël

Tristesse

4°

Emot.
principale
Tristesse

2 décembre 2022

Je n'ai pas trouvé le parc très attractif malgré mes visites à plusieurs reprises avec une visite d'au moins 6 ans d'écart. Le parc des singes n'est pas intéressant. Déçu

Tristesse

-6°

Emot.
principale
Colère

28 décembre 2022

J'avais fait une expérience lors d'une activité d'entreprise et je voulais la partager en famille . La prestation a été désastreuse : il a fallu que je change quatre fois de jetpack . Aucun dédommagement proposé et même une pointe d'ironie disant que ce n'était pas de leur faute . Étant donné le prix , je trouve cela scandaleux .

Colère

Colère

-15°

Emot.
principale
Dégoût

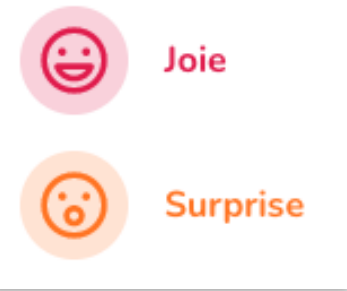
14 novembre 2022

L'ambiance et le parc son top . Par contre tous les tarifs sont exorbitants et d'années en années c'est de pire en pire . Dommage également que beaucoup d'attractions sont souvent en panne ou en rénovation

Dégoût

Filière Excursionnistes

Verbatim clients et Emotions



40°
Emot. principale
Joie

4 octobre 2022

Excellent moment avec vue sur differents monuments . Tres apaisant

Joie Joie

40°
Emot. principale
Joie

24 octobre 2022

Très bonne soirée passée à bord de l'un des bateaux . Le personnel est très sympathique, souriant et toujours

Joie

avec un petit mot pour rire . Le repas était également très bon, les quantités très raisonnables . La vue de

Joie

Joie

Paris le soir est une belle expérience à faire .

Joie

40°
Emot. principale
Joie

28 octobre 2022

Très bon moment en plus de ce beau temps et un personnel très disponible malgré la foule .

Joie

30°
Emot. principale
Surprise

29 octobre 2022

This was an excellent experience if you wish to know about history . Our tour guide was absolutely

amazing Jean Marc Evano . I highly recommend it . Very informative .

Surprise

Surprise

30°
Emot. principale
Surprise

31 octobre 2022

Such an enjoyable afternoon to Giverny !! Our guide Alex displayed excellent knowledge of the area's

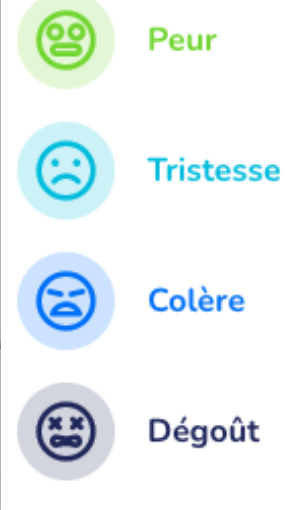
history and Monet's life and home . Well worth the afternoon trip from Paris .

Surprise

Surprise

Filière Excursionnistes

Verbatim clients et Emotions



10° Emot. principale Peur

6 novembre 2022

Jolie ballade mais les commentaires vraiment limite niveau culture cette fois ci . . . peut être dépendant du guide

: S

Peur

-7° Emot. principale Colère

15 novembre 2022

Une catastrophe aucun respect ne respect pas l'heure nous avons attendu presque 1h sous le froid place de l'opéra hier le 14 novembre pour rien normalement le départ était censé se faire à 20h15 nous avons attendu jusque 21h . Nous avons perdu 171€ je souhaite être remboursé . Pas un numéro de téléphone pour appeler rien . Inadmissible . . .

Colère
Colère

4° Emot. principale Tristesse

20 décembre 2022

Expérience extrêmement décevante, Hyper cher pour un service de qualité médiocre Retard des bus

Commentaires sans intérêt dans les écouteurs Chauffeur très désagréable Cerise sur le gâteau : À 17 h le chauffeur du bus nous informe qu'il

oublie le Louvre . . . Je déconseille vivement . 🙄

Tristesse Tristesse

-15° Emot. principale Dégoût

26 novembre 2022

1 . Not everyone gets the view ! 2 . Horrible vegetarian options and they are not even ready to make it . Not worth the money for sure !

Dégoût

Synthèse : ce qu'il faut retenir

En Synthèse

Sur chaque filière, les étapes sur le parcours visiteurs traduisent des émotions et des enjeux sensiblement différents.

Le prix n'est pas forcément un point de critique et en fonction du contexte et du ressenti, les visiteurs ne sont pas forcément tous sensibles identiquement au prix.

- Premier sujet de discussion en volume, le Personnel en contact avec le visiteur est aussi le premier vecteur d'émotions. Accueil, Disponibilité, Écoute, Compétences, Professionnalisme sont des facteurs clés pour évaluer son expérience.
- Pour la filière Excursionnistes, l'étape des dernières impressions est la moins bien vécue du parcours. Pour une expérience sur site d'attraction, la gestion de l'attente, les attractions et les spectacles, la propreté, ainsi que l'expérience de restauration sont les critères majeurs pour garantir une expérience réussie.
- L'accueil des personnes handicapées, la gestion des incidents et des pannes, le respect des conditions de remboursement, l'environnement digital viennent compléter des critères plus traditionnels tels que le temps d'attente ou le prix.
- Les visiteurs des sites et parcs sont très sensibles au prix. La comparaison tarifaire entre sites ainsi que le rapport qualité/prix sont centraux dans une bonne partie des avis. Au contraire, la filière Excursionnistes, et plus particulièrement sur les croisières en bateau, le prix est un facteur moins sensible pour les Visiteurs.

Le rôle important du Personnel dans le ressenti de l'expérience de visite est confirmé sur le bilan annuel 2022.

L'apparition de nouveaux fondamentaux, nouveaux vecteurs essentiels du ressenti global du visiteur
Ces nouveaux fondamentaux sont des conditions nécessaires à remplir pour garantir la satisfaction. Ils peuvent à contrario, s'ils ne sont pas remplis, générer des émotions très fortement négatives comme de la colère ou du dégoût chez le visiteur.