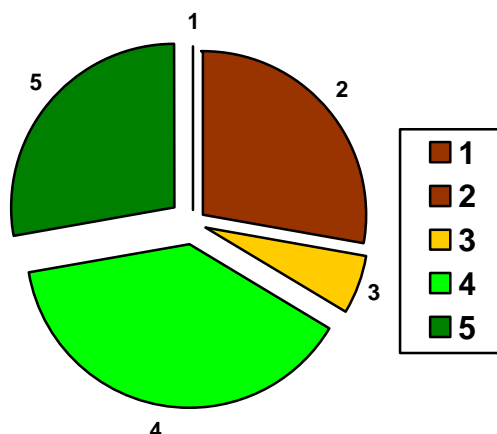


ENQUETE DE SATISFACTION

Basée sur 18 répondants – Sources : Module 'Sondages' – EZ-Publish

Echantillon représentant environ 50% des participants – Réponses anonymes - Les chiffres sont arrondis, par conséquent la somme des valeurs peut parfois être très légèrement supérieure à 100%.

1 – Globalement, la journée a-t-elle répondu à vos attentes ? - (Note de 1 'pas du tout' à 5' totalement')



Vous êtes 39% à donner une note de 4/5 – Puis les notes de 5/5 et de 2/5 viennent à égalité à 28%. Aucun participant n'a trouvé la journée 'pas du tout adaptée'.

Notes 4 à 5 = 67%

Notes 1 à 3 = 33%

2 – Comment jugez- vous les points suivants ?

(Insuffisant – Moyen – Assez bien – Bien – Excellent – Seules les 3 valeurs ayant obtenu le plus de réponses sont inscrites dans les tableaux ci-dessous)



Qualité des contenus 'projetés'

Bien	Assez bien	Excellent
56%	39%	6%



Qualité des interventions

Bien	Assez bien	Excellent
61%	33%	6%



Intérêt pour les sujets traités

Bien	Assez bien	Excellent
61%	28%	11%



Déroulement & timing de la journée

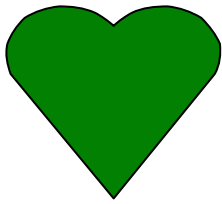
Excellent	Bien	
56%	44%	-



Accueil, déjeuner, organisation

Bien	Excellent	
61%	39%	-

3 – Quels ont été vos deux sujets préférés ?



Le SRIT et les sites web de destination (61%)



Center Parcs, un an après ! (50%)

Mais aussi



Mise en place d'une politique d'accueil des campings caristes (22%)

Pourquoi ?

« Donne des indications concrètes sur les retombées et dans quelles conditions (dynamiques créées par des porteurs de projet ou des collectivités). Idem pour les stratégies web et le partenariat à instaurer entre collectivités et OT. »

« Center Parcs est un enjeu économique important pour la région donc intéressant de connaître les résultats »

« Deux problématiques qui concernent l'ensemble des OT »

« Nous envisageons la création d'une halte camping-car mais cela n'a de sens que mis en cohérence avec ce qui existe ou ce qui est prévu. »

4 – Quels sujets souhaiteriez-vous voir aborder en 2009 ?



La mise en marché du patrimoine, la création de produits marchands (boutique, visites...), gestion de ces produits (recettes & dépenses)



Les actions à l'étranger pour promouvoir la région



Les éditions, l'action et la place du tourisme à l'échelle des destinations touristiques.



L'information liée à Axoplage et le camping voisin. Public ciblé... Une information sur la future véloroute