



De l'observation locale à France Tourisme Observation :

Choisir les bonnes sources et maîtriser les
indicateurs du tourisme durable



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

RENAÎTRE ICI

01

S'organiser et se fixer des objectifs

Les préalables à la création d'un observatoire

L'organisation territoriale et le pilotage de l'observatoire



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Préalables

- Se poser les bonnes questions :
 - Quels besoins ? Quels objectifs ?
 - Que faire des données collectées ?
 - Quels budgets et moyens humains dédiés ?



Organisation

- Quel(s) zonage(s) précisément ?
- Qui pilote ?
- Qui participe ?
- Quelle répartition RH et budgétaire ?

Quand et pourquoi l'observation touristique

- **Pour mettre en place un nouveau positionnement de sa destination.**

Par exemple : si l'on souhaite se lancer dans le tourisme haut de gamme, il conviendra en amont d'étudier la faisabilité de son projet en faisant notamment l'inventaire des hébergements, restaurateurs, sites d'activités et de visites qui peuvent correspondre à ce nouveau positionnement.

- **Pour évaluer l'impact de sa stratégie** et de sa politique locale sur l'évolution de l'offre touristique, tant quantitativement que qualitativement.

- **Pour réajuster son offre**, ses services, ses produits, ses tarifications en l'adaptant au plus proche des attentes de ses visiteurs (à étudier au plus près également !).

- **Pour mener des actions coordonnées** (dans le cadre d'un plan marketing, une stratégie de communication ou d'aménagement territorial par exemple) **avec ses socioprofessionnels**

- **Pour répondre à une obligation réglementaire**, notamment dans le cadre du Plan qualité pour un Office de tourisme.

C'est en partant de ses objectifs que l'on pourra ensuite délimiter les périmètres de son observation touristique, le niveau de détail et d'amplitude. Bref, cela permettra de ne pas partir dans tous les sens et d'être le plus efficace possible.



02

S'organiser et se fixer des objectifs

Identification des sources fiables et pérennes

Création de tableaux de bord et définition des livrables

Indicateurs et études : Offre / Fréquentation / Economie /
Clientèle

Capacités en hébergements et équipements touristiques

- Quelles sont les caractéristiques des hébergements marchands (surreprésentation d'un secteur, qualité...)?
- Quel poids représente les nouveaux modes d'hébergement (Airbnb...)?

Fréquentation touristique

- Quelle est la vocation d'accueil des territoires?
- Evaluer la performance des acteurs touristiques du territoire.
- Quelles sont les spécificités /spécialisations des territoires en matière de fréquentation touristique?

Retombées économiques

- Quelles sont les retombées directes et indirectes?
- Quelle est la part du tourisme dans l'économie locale?
- Quelle est la dynamique d'investissement du territoire?

Profils et comportements des clientèles

- Qui sont nos clients? Que consomment-ils? Quel est leur niveau de satisfaction?
- Les usages numériques ont-ils modifié le comportement des touristes?
- Adapter sa stratégie marketing selon les attentes exprimées par nos clients.





Indicateurs

- Offre (hébergements, activités...)
- Parc hébergements collaboratifs
- Fréquentation (hébergements, sites...)
- Ratios fréquentation et dépenses des clientèles françaises
- Emplois salariés touristiques
- Investissements
- Conjoncture



Outils

- Tableau de bord de suivi de l'offre et de la fréquentation
- Module d'enquête en ligne des clientèles touristiques en post-séjour
- Récolte des données de fréquentation des sites de visite



Livrables

- Tableaux de bord
- Bilans de saison / bilans d'année
- Chiffres clés
- Communiqués de presse
- Réunions d'information (pro et élus)

Analyser l'organisation en place et les outils déjà exploités

- Pilote
- Analyse marketing : Forces/Faiblesses ou PESTEL
- Adéquations et manques vis-à-vis des attentes
- Partenariats extérieurs
- Sources, études, contrats...

Exploiter ce qui fonctionne !



03

Optimiser et harmoniser les données

—
Définir l'accompagnement technique nécessaire





Programmer l'échéancier pour chaque étape

Accompagnement par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

- Accompagner stratégiquement et techniquement votre territoire à la mise en place de son observatoire de l'activité touristique **à compter du second semestre 2024**.
- Faire profiter le territoire de notre expertise et de notre expérience en matière d'observation touristique.

Mise à disposition de données d'observation

- Offre hébergements et activités - APIDAE / Insee
- Parc résidences secondaires - Insee / Atout France
- Parc hébergements collaboratifs – CRT / Liwango ou LightHouse (Transparent)

	 Etablissements	 Lits	 Nuitées	 Hébergements locatifs présents sur les plateformes entre particuliers (Airbnb, Abritel...)
Campings	1 231	282 300	13 millions	173 700 offres 897 800 lits 12,5 millions de nuits réservées
Meublés classés	42 786	221 941	ND	
Hôtellerie	2 605	170 392	23,9 millions	
Résidences de tourisme	525	164 518	16,2 millions	
Villages de vacances	231	63 812	6,4 millions*	
Auberges de jeunesse et centres sportifs	64	9 308		
Centres de vacances	341	33 579	2,8 millions	Cette offre ne peut pas être additionnée avec les offres ci-dessus car il y a des doubles comptes (meublés classés, locatif dans les résidences secondaires...)

*Détail non disponible par type d'hébergement

Optimiser et harmoniser les données

Dépense moyenne par jour et par personne d'un Français séjournant en Auvergne-Rhône-Alpes par type d'espace

MOTIF PERSONNEL	MONTAGNE STATION		MOYENNE MONTAGNE (HORS STATION)		URBAIN	RURAL	ZONE THERMALE
	* Eté (mai à septembre 2021-2022)	* Hiver (décembre à avril 2021-2022)	* Eté (mai à septembre 2021-2022)	* Hiver (décembre à avril 2021-2022)			
Dépense moyenne par jour et par personne					2022	2022	2021-2022
Chez la famille	39 €	43 €	27 €	32 €	39 €	36 €	
Location, gîte et chambre d'hôte	72 €	106 €	74 €	78 €	84 €		
Résidence secondaire du foyer	30 €	37 €	22 €	38 €	32 €	32 €	
Chez les amis	53 €	61 €	32 €	44 €	48 €	38 €	
Camping	46 €	70 €	62 €			78 €	
Hôtel	135 €	165 €	112 €		148 €		
Autre marchand	84 €	128 €	93 €	147 €	64 €		
Autre non marchand	22 €	69 €	30 €				
ST marchand	80 €	116 €	75 €	101 €	96 €	92 €	75 €
ST non marchand	37 €	44 €	25 €	34 €	41 €	35 €	36 €
Total	66 €	89 €	46 €	49 €	59 €	53 €	61 €

Mise à disposition de données d'observation

- Emplois salariés touristiques – Urssaf et Investissements - Atout France

Emplois salariés



Emplois indépendants



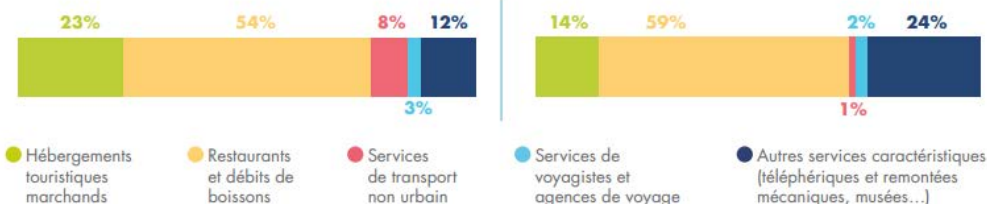
Investissements



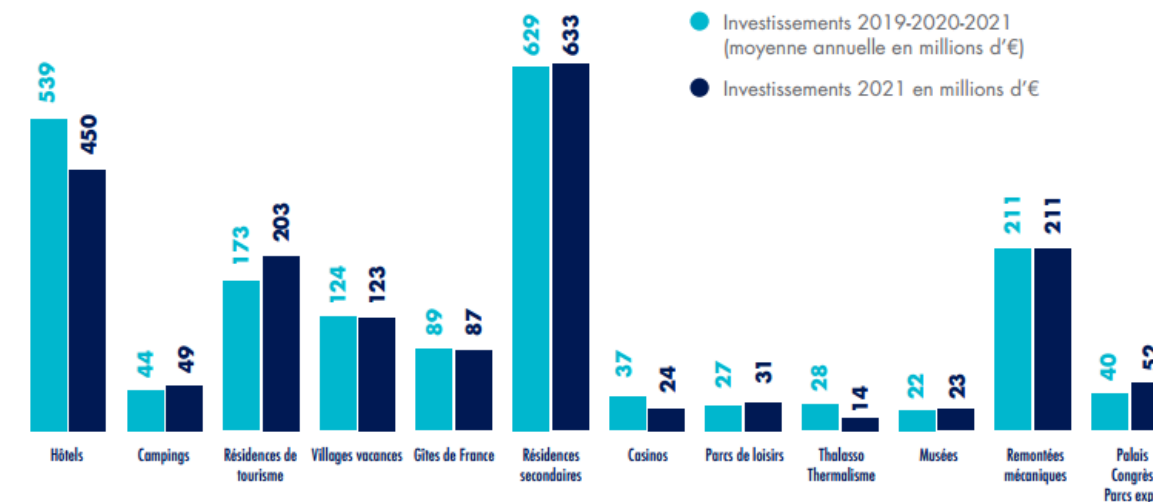
15% des investissements touristiques français



Répartition des effectifs



Poids des investissements touristiques par filière



Mise à disposition de données d'observation

- Toutes les études qualitatives (clientèles Outdoor, clientèles intrarégionales, études « Montagne »...) - ART
- **Analyse des tendances et innovations touristiques par thématique (veille) - ART**

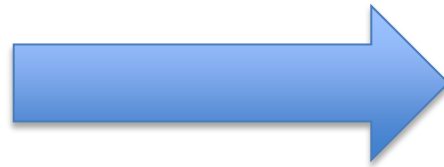


Études & data

- Activités
- Chiffres clés
- Clientèles
- Conjonctures
- Économies
- Éditions
- Outils et services
- Tendances



Optimiser et harmoniser les données



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Méthodologie

L'évolution vers un tourisme durable requiert de nouveaux indicateurs de performance pour évaluer les progressions dans ce domaine sous trois dimensions, environnementale, sociale et économique.

Ce nouveau baromètre s'appuie sur les 1^{ers} indicateurs validés au niveau national dans le cadre du groupe de travail piloté par ADN Tourisme.

Dimension environnementale

Hébergements éco-labellisés



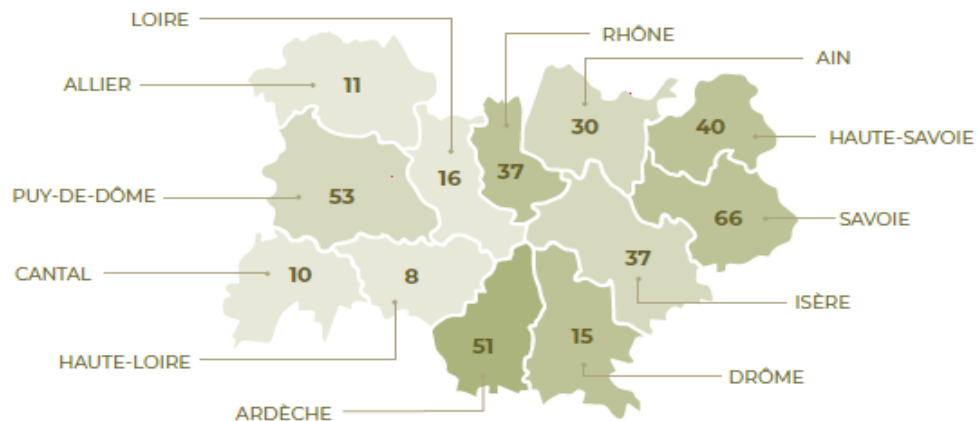
374 hébergements éco-labellisés en 2023



Clef Verte



Répartition départementale



Restaurants éco-labellisés

Beaucoup de restaurants sont entrés dans une démarche responsable avec des circuits courts pour leur approvisionnement, l'optimisation de la gestion énergétique, l'amointrissement du gaspillage, ... mais peu encore sont entrés dans une démarche de labellisation.



34

restaurants Écotable



6

restaurants Green Food



18

restaurants Étoile Verte Michelin

Destinations éco-responsables



29

plages et ports labellisés Pavillon Bleu
11% des sites de baignade du territoire



518

communes labellisées
dont 24 communes labellisées 4 fleurs
Les communes 4 fleurs représentent 5%
des communes labellisées en région

Qualité des sites de baignade



75%

des sites de baignade classés « Excellente qualité »
par l'Agence Régionale de Santé

Destinations éco-labellisées



16

destinations
Flocon Vert



2

destinations engagées dans la labellisation Destinations
Innovantes Durables et préalablement certifiées ISO 20121

Optimiser et harmoniser les données

Tourisme inclusif

Engagement concernant l'accueil des personnes en situation de handicap



387 établissements
labellisés Tourisme & Handicap

Données détaillées dans le chapitre du Tourisme sectoriel du Mémento.

Engagement en faveur de l'accueil en vacances des salariés

Source : ANCV - 2022



21 298 structures
acceptant les Chèques-Vacances en Auvergne-Rhône-Alpes

266,9 millions d'euros
utilisés en paiement auprès des professionnels du tourisme en Auvergne-Rhône-Alpes

Répartition des montants par usage



Les loisirs constituent le 1^{er} poste de dépense des Chèques-vacances, devant l'hébergement et la restauration.

Engagement de la destination en faveur de l'accueil en vacances des bénéficiaires CAF

Source : VACAF



627 structures
agrées VACAF



17% des structures agréées VACAF en France



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

L'Observation touristique au service de votre stratégie

Des données collectées qui vous permettront :

- De construire votre stratégie
- D'arbitrer vos budgets
- De définir les priorités d'actions sur une base scientifique
- De faire monter en compétence les équipes
- D'accompagner vos professionnels du territoire



04

RENAÎTRE ICI

Être accompagné par
Trajectoires Tourisme



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

DOSSIER DU MOIS

L'Observation touristique locale : mieux connaître pour mieux agir

Publié le 15 juin 2020



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

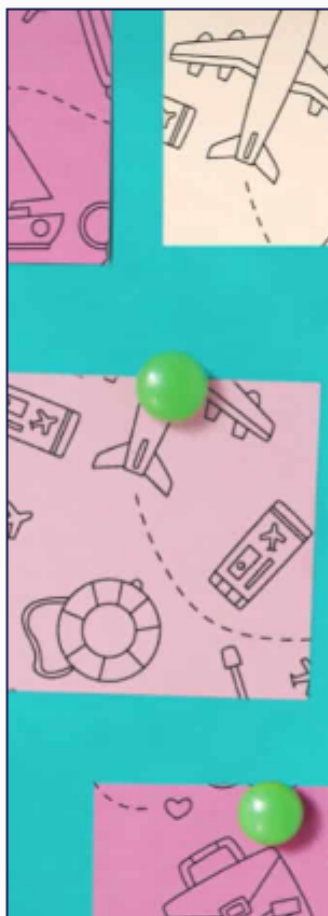


Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

- 1 Qu'est-ce que l'observation touristique ?
- 2 Pourquoi faire de l'observation touristique ?
- 3 A quel moment le faire ?
- 4 Comment faire de l'observation touristique ?
- 5 Comment mettre le pied à l'étrier ?



Suivre une formation en Observation Touristique locale



Observation Touristique Locale : estimer sa fréquentation touristique
Tarif 200,00 € HT
Durée 60 jours / 3 heures
Date et lieu Date de démarrage au choix



Observation Touristique Locale : faire l'inventaire de son offre
Tarif 200,00 € HT
Durée 60 jours / 3 heures
Date et lieu Date de démarrage au choix



05

France Tourisme Observation

Observatoire du locatif

Une démarche nationale : France Tourisme Observation



Créer des jeux de données inédits

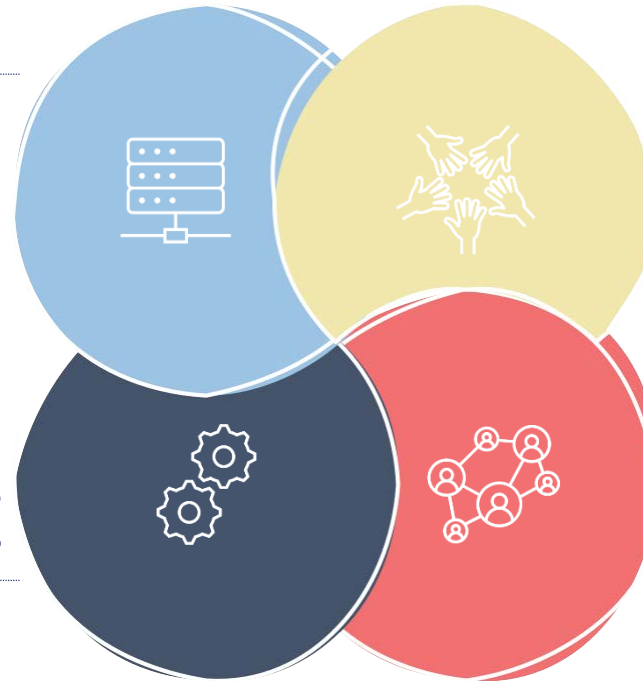
Le baromètre national de l'Hôtellerie de Plein Air est la meilleure illustration du potentiel de création de nouveaux outils via FTO

➔ **Gain de QUALITE**

Automatiser des traitements de données massives

Les sources de données se multiplient et les bases de données deviennent obèses. Le temps passé à l'analyse est de plus en plus contraint par le temps de traitement.

➔ **Gain de TEMPS**



Développer des projets mutualisés

Les projets FTO visent des économies d'échelle en partageant des outils conjoncturels et structurels, via des appels d'offres ou des investissements communs.

➔ **Gain d'ARGENT**

Partager des tableaux de bord dynamiques et visuels

FTO permet de consulter l'information de manière ergonomique et élégante.

➔ **Gain de CONFORT**

Achat mutualisé par Atout France des données des hébergements locatifs PàP (Airbnb, groupe Expedia, Booking.com...)

- Appel d'offres mutualisé
- Transparent (devenu Lighthouse) retenu
- Finalisation du montage financier en cours
- L'ART est le référent régional pour contractualiser
 - Avec les ADT (qui dans ce cas contractualisent ensuite avec leurs Ots)
 - Avec les Ots directement dans le cas où l'ADT ne souhaiterait pas participer à la démarche
- Tuilage Likibu / Transparent seulement sur janvier (anticiper les bilans annuels et prévoir des exports d'historique)



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme





RÉVEILLER LES SENS,
RETROUVER LE SENS,
RENAÎTRE ICI.

Discussion

A scenic photograph of two hikers standing on a rocky mountain peak. The hiker on the left is wearing a purple jacket and black leggings, while the hiker on the right is wearing a grey shirt, pink shorts, and a hat. They are both looking towards the camera. The background features a vast mountain range with snow-capped peaks and a valley below. The sky is blue with scattered white clouds.

Merci de votre
attention



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme