

COLLOQUE D'AUTOMNE

2008

*l'observation
touristique*

JEUDI 27 NOVEMBRE

9h30 | 12h30

**SALLE DES ASSEMBLÉES DE LA CCI DIJON
2, AVENUE DE MARBOTTE**

■ Accueil

Patrick JACQUIER,

Vice-Président de la CCI Dijon Chargé du tourisme

■ Ouverture des travaux

Didier MARTIN,

Président de la FROTSI Bourgogne

L'OBSERVATION TOURISTIQUE**■ Qu'est-ce que l'observation touristique ? Son utilité - ses applications**

José-Pierre CHOLVY,

Directeur d'Etudes - Institut de sondage BVA

OBSERVATION TOURISTIQUE HOTELIERE**■ Comparatif des performances hôtelières françaises**

Florent DANIEL,

Consultant - Cabinet DELOITTE

L'OBSERVATION TOURISTIQUE EN REGION**LA RÉGION BOURGOGNE****■ Présentation de l'Observatoire Régional du Tourisme de Bourgogne**

Yann BELLET,

Chef du Département Marketing et Développement - Bourgogne Tourisme

■ Le collectage des statistiques des OT & SI

Nathalie GAYRAUD,

Agent de développement - FROTSI Bourgogne

■ Analyse des données statistiques et mise à disposition des prestataires touristiques

Isabelle COROND,

Directrice adjointe - ADT 21

■ Exploitation locale des données

Emilie COIFFARD,

Chargée de l'Observatoire - Office de Tourisme de Dijon

Guillaume BOUTEFEU,

Directeur Général - Office de Tourisme de Beaune

LA RÉGION PAYS DE LA LOIRE**■ Articulation entre Observatoire Régional du Tourisme et Observatoire Local du Tourisme à partir d'un outil commun d'analyse statistiques : le système Cyvel Stats.**

Armel RUCET,

Responsable de domaine à l'observation régionale du tourisme

SEM Régionale des Pays de la Loire

TABLE RONDE**■ Avec l'ensemble des intervenants et les ADT, LA DRT et le Service Tourisme du Conseil Régional de Bourgogne**

■ Conclusion des travaux

Didier MARTIN,

Président de la FROTSI Bourgogne



EDITORIAL

■ L'édition 2008 de notre colloque annuel consacré à l'observation fait suite aux deux précédentes thématiques : démarche marketing en 2006 et commercialisation - e-commerce en 2007. Nous poursuivons ainsi l'approche économique de notre

mission. C'est donc bien naturellement que nous nous sommes inscrits de nouveau dans le cadre d'Entreprissimo - Salon des entrepreneurs.

Le thème du colloque "l'observation touristique" peut se voir ou se lire comme une traduction du volume et de la capacité entrepreneuriale de l'activité touristique régionale. Dans cette logique, le Schéma régional de développement du tourisme préconise notamment "de faciliter l'utilisation des données par les acteurs publics et privés du tourisme".

Annuellement, différents institutionnels du tourisme produisent des données chiffrées portant sur la fréquentation touristique. Mais comment fait-on pour obtenir ces données ? Quelle en est leur utilisation ? Comment communiquer sur ces chiffres ? Comment et pourquoi les rendre plus accessibles et compréhensibles par les prestataires touristiques, porteurs de projets, élus et journalistes ? Quelle valeur économique leur attribuer ?

Autant d'interrogations que tout office de tourisme a pu se poser lors de la communication de ses bilans de saison touristique et annuel - outils d'analyse de sa clientèle et de celle de son territoire.

Qui dit fréquentation touristique, dit fréquentation des hébergements : aussi il nous a semblé utile de faire intervenir un cabinet spécialisé sur cette thématique pour les hôteliers afin d'apporter une clé de lecture et de communication de leurs données à l'échelle des territoires locaux. A ce titre, nous avons convié les hôteliers dijonnais et du Grand Dijon à participer au colloque.

Je remercie très chaleureusement Monsieur Patrick LAFORET - Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Dijon qui a mis la salle des Assemblées de sa compagnie à notre disposition.

Associant nos travaux départementaux et régionaux à ceux de la Région Pays de la Loire, nous sommes heureux d'accueillir Armel RUCET, responsable de domaine à l'observation régionale du tourisme - Sem Régionale des Pays de la Loire.

La table ronde qui clôturera nos travaux permettra à tous les acteurs institutionnels et privés du tourisme d'échanger et de confronter leurs points de vue ■

L'OBSERVATION TOURISTIQUE

**QU'EST-CE QUE
L'OBSERVATION TOURISTIQUE ?
SON UTILITÉ
SES APPLICATIONS**

*José-Pierre Cholvy,
Directeur d'études
Institut de sondage BVA*

(cf annexe N°1)



COLLOQUE D'AUTOMNE
Jeudi 27 novembre 2008

**L'OBSERVATION
TOURISTIQUE**



Contact BVA
José-pierre CHOLVY
06.74.88.16.70
jose.pierre.cholvy@bva.fr



L'observation locale du tourisme

« L'observation n'est pas une finalité en soi et répond à des objectifs précis ».

Après avoir rappelé les principaux objectifs de l'observation du tourisme, notre intervention se propose de réaliser un balayage rapide de l'observation touristique (outils, méthodes, besoins et moyens) en abordant les questions suivantes :

- Quelles sont les questions à se poser avant de se lancer dans une démarche d'étude ? Des données de cadrages existent-elles ? Où trouver l'information existante ?
- Vers quelles méthodologies d'études s'orienter ? (qualitatives / quantitatives).
- Quels modes de collectes ?
- Quelles sont les problématiques régulièrement rencontrées en matière d'études touristiques ? Et les réponses apportées en matière d'études.

L'observation locale du tourisme

... avec pour point d'appui : « Un outil : le carnet méthodologique de l'observation locale du tourisme réalisé par la MITRA »

RhôneAlpes
rhonealpes-tourisme.com



<http://pro.rhonealpes-tourisme.com/toute-l-info/ingenierie-br/observatoire/vous-informer/publications-28-1.html>



L'OBSERVATION TOURISTIQUE - Dijon le 27 novembre 2008



OBSERVATION

TOURISTIQUE

HOTELIERE

**OBSERVATION TOURISTIQUE
HÔTELIÈRE : COMPARATIF
DES PERFORMANCES
HÔTELIÈRES FRANÇAISES**

*Florent DANIEL,
Consultant
Cabinet DELOITTE*

(cf annexe N°2)

SUIVI DES PERFORMANCES COMMERCIALES DES HOTELS DE L'AGGLOMERATION DE DIJON

Présentation du Cabinet Deloitte TH&L (Tourisme Hôtellerie & Loisirs)

- Un savoir faire...
- Un savoir faire...reconnu !
 - Exemples des clients du cabinet : CRT Ile de France, villes de Marseille et de Nantes, les clubs hôteliers de Rennes et de Montpellier...
- Les engagements
 - Stabilité des échantillons
 - Confidentialité des données
 - La rigueur
 - Echantillons basés sur des hôteliers indépendants et des chaînes
 - Méthodologie conforme à la réglementation européenne

Les intérêts pour l'agglomération et ses hôteliers

- Observatoire des hôteliers de Dijon
 - Pourquoi suivre les performances des hôtels ?

L'Observatoire de Dijon concrètement

- Méthodologie
- Le rendu aux hôteliers
 - Une présentation claire des principaux indicateurs
 - Des données comparées
 - Des indicateurs présentés sous une forme mensuelle et cumulée
 - Une remise en perspective historique des perspectives
 - Mise en place de l'observatoire des hôteliers de Dijon

Un exemple : l'hôtellerie nantaise

- Un observatoire récent mais déjà incontournable

L'OBSERVATION

TOURISTIQUE

EN REGION

LA RÉGION BOURGOGNE

PRÉSENTATION DE L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME DE BOURGOGNE

*Yann BELLET,
Chef du Département Marketing
et Développement
Bourgogne Tourisme*

(cf annexe N°3)

PRÉSENTATION DE L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME DE BOURGOGNE

Depuis 1984, à la demande du Conseil régional de Bourgogne et de l'Etat, le Comité Régional du Tourisme de Bourgogne - aujourd'hui Bourgogne Tourisme - assure la maîtrise d'ouvrage de l'observation de l'activité touristique et gère ainsi l'observatoire régional du tourisme. En 2005, le Conseil régional de Bourgogne lui a également confié le pilotage du chantier E24 "Des outils d'observation et d'évaluation" du Schéma Régional de Développement Touristique.

■ Un observatoire régional poursuit 4 grands objectifs :

- Connaissance et suivi du parc d'hébergements
- Mesure et suivi de la fréquentation
- Etude des clientèles et des marchés
- Evaluation du poids économique

La présentation de l'ORT Bourgogne s'articulera en 3 points :

■ Les recommandations du SRDT

- Consolider les études de base indispensables et maintenir la continuité de l'observation
- Encourager tous les acteurs touristiques à observer leur propre activité
- Faciliter l'utilisation des données par l'ensemble des partenaires, publics et privés

■ Le dispositif jusqu'à aujourd'hui

- La mesure de la fréquentation
 - *Les enquêtes nationales à exploitation régionale*
 - *Les partenariats de suivi de fréquentation*
 - *L'enquête de conjoncture*
- Les autres études
 - *Les études de clientèles et enquêtes de satisfaction*
 - *Les sondages de notoriété et études d'image*
 - *Les études économiques : enquête dépenses et étude emplois*
- La diffusion des informations

■ Les actions nouvelles et projets

- Un nouveau service : la veille
- Vers un "pool de compétences" (au sein de l'antenne ODT France Bourgogne ?)
- Une nouvelle pratique : l'évaluation des actions de promotion
 - *Sites Internet : le baromètre eTour*
 - *Actions de promotion grand public : Promométris*
 - *Actions de presse : Occurrence*
- Vers de nouveaux dispositifs d'observation
 - *Observation on line : l'observatoire eTour*
 - *Dispositifs ad hoc pour l'observation de l'itinérance*
 - *Observation thématique et locale : le dispositif Tourinstat*

L'ambition de Bourgogne Tourisme est de faire de l'observatoire un outil avant tout pour l'action, de connaissance certes, mais aussi de suivi et d'évaluation des politiques publiques comme des stratégies entrepreneuriales en matière de développement touristique et d'emploi.

LA RÉGION BOURGOGNE

LE COLLECTAGE DES STATISTIQUES DES OT & SI

*Nathalie GAYRAUD,
Agent de développement
FROTSI Bourgogne*

(cf annexe N°4)

SUIVI DE LA FREQUENTATION TOURISTIQUE DANS LES OFFICES DE TOURISME ET SYNDICATS D'INITIATIVE DE BOURGOGNE

La FROTSI Bourgogne a mis en place vers la fin des années 1990, une méthodologie de comptage de la fréquentation touristique auprès de ses membres.

Les OT-SI de Bourgogne comptabilisent leur fréquentation sur **une base de travail commune** qui permet à tous de bénéficier de données statistiques touristiques comparables sur un plan départemental et régional.

Selon quelle méthode :

■ Pour une exploitation approfondie des données touristiques, une distinction est faite selon **5 modes d'appel** des demandes de renseignements :

- le **comptoir d'accueil**
- le **téléphone**
- le **courrier**
- le **fax**
- les **mails**

auxquels s'ajoute, depuis 2008, la fréquentation de leur **site Internet**

■ Une **collecte mensuelle d'informations** regroupant :

- des données **quantitatives par nombre de demandes**
- complétée par une analyse **qualitative selon l'origine géographique des demandeurs**

■ **pour une communication mensuelle par mail** auprès :

- des OT & SI
- des UDOTSI
- des ADT / CDT
- de Bourgogne Tourisme

relayée sur le site Internet de la FROTSI Bourgogne www.frotsi-bourgogne.com

■ **pour une analyse annuelle diffusée** auprès :

- des OT & SI
- des UDOTSI
- des ADT / CDT
- de Bourgogne Tourisme

relayée sur le site Internet de la FROTSI Bourgogne www.frotsi-bourgogne.com

Et aussi :

Une analyse annuelle :

- des **visites guidées** pour les OT & SI qui en organisent
- des **réservations de dernière minute pour les hébergements à la nuitée** pour les OT & SI autorisés à commercialiser

Un sondage ponctuel sur **le ressenti de la saison touristique écoulee**.

LA RÉGION BOURGOGNE

**ANALYSE DES DONNÉES
STATISTIQUES ET MISE À
DISPOSITION DES PRESTATAIRES
TOURISTIQUES**

*Isabelle COROND,
Directrice adjointe
ADT 21*

(cf annexe N°5)

ANALYSE DES DONNÉES STATISTIQUES ET MISE À DISPOSITION DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES

- **De quelles données statistiques dispose l'ADT 21 ?**
- **Quelles utilisations des statistiques pour l'ADT 21 ?**
- **Un exemple concret d'assistance aux porteurs de projet**
- **Focus sur les données de l'enquête INSEE**

LA RÉGION BOURGOGNE

EXPLOITATION DES DONNÉES EN LOCAL

OT Dijon
Emilie COIFFARD,
Chargée de l'Observatoire

OT Beaune
Guillaume BOUTEFEU,
Directeur Général

(cf annexes N°6 et N°7)

L'OBSERVATION TOURISTIQUE A L'OFFICE DE TOURISME DE DIJON

1. Les données d'un observatoire local

■ 1.1 Les données chiffrées

- A l'OT, fréquentation, demandes de renseignements, visites guidées, ventes de produits, fréquentation du site Internet.
- Sources externes : Hôtellerie (INSEE, UMIH), sites et monuments (collaboration avec Côte d'Or Tourisme)

■ 1.2 Les autres sources d'informations

- Informations qualitatives en provenance de l'équipe d'accueil
- Informations qualitatives du service promotion (salons, contacts avec les professionnels du tourisme, ...) → L'Observatoire Local du Tourisme est directement intégré au service Promotion
- Informations qualitatives des partenaires

2. Se comparer...

■ 2.1 Les données locales

- Comparaisons avec les données de Côte d'Or Tourisme, Bourgogne Tourisme, FROTSI, Mairie de Dijon, Sites et Monuments

■ 2.2 Les données nationales et internationales

- Les réseaux : les clubs de MDLF, ECM, qui proposent des études, regroupent des données (autres villes françaises et européennes) et données disponibles auprès d'ODIT France ou de la Direction du Tourisme.
- La Presse : fait des bilans réguliers souvent issus des données déjà à notre disposition (MDLF, ODIT, ...) mais également permet de suivre l'actualité politique, économique, sociale, culturelle et les évolutions

3. Pour quels résultats ?

■ 3.1 Suivi des évolutions, des tendances

- Suivi des évolutions de fréquentation et de consommation par marchés, segments de clientèle

■ 3.2 Mesure des performances

- Ventes de produits
- Impact d'actions de promotion/communication

■ 3.3 Choix stratégiques

- Choix des marchés prioritaires, secondaires
- Choix stratégiques par segments de clientèle
- Programmation

L'OBSERVATOIRE LOCAL DU TOURISME DE BEAUNE

Créé en Avril 1994, à l'initiative de l'Office de Tourisme de Beaune avec le concours financier de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Beaune, l'Observatoire local du Tourisme de Beaune, le premier du genre en Bourgogne, a pour objet de collecter, analyser et exploiter des données liées au phénomène touristique à Beaune.

Il ambitionne de produire des indicateurs liés à la fréquentation et au poids de l'économie touristique. Ces indicateurs doivent permettre d'optimiser l'orientation de la politique touristique de Beaune tant au niveau de l'Office de Tourisme qu'à celui des opérateurs touristiques.

Depuis septembre 1994, l'Observatoire Local du Tourisme produit une note mensuelle de conjoncture qui est diffusée à tous les adhérents de l'Office de Tourisme. En outre, il produit chaque année une synthèse et une analyse des données chiffrées du tourisme à Beaune.

En 1995, il a réalisé une étude ponctuelle pour évaluer l'impact économique et social de l'économie touristique à Beaune.

De 2002 à 2007, l'Observatoire local du Tourisme a bénéficié du concours financier de la CIC Lyonnaise de Banque.

Avec la création de la Communauté d'agglomération Beaune Côte et Sud, une nouvelle dynamique touristique devrait engager en 2009 les travaux de l'Observatoire Local du Tourisme sur un territoire plus étendu puisqu'il comptera 57 communes.

LA REGION

PAYS DE LA LOIRE

**Articulation entre Observatoire
Régional du Tourisme et
Observatoire Local du Tourisme
à partir d'un outil commun
d'analyse statistiques :
le système Cyvel Stats**

*Armel RUCET,
Responsable de domaine
à l'observation régionale
du tourisme*

(cf annexe N°8)

ARTICULATION ENTRE OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME ET OBSERVATOIRE LOCAL DU TOURISME À PARTIR D'UN OUTIL COMMUN D'ANALYSE STATISTIQUES : LE SYSTÈME CYVEL STATS

Cette intervention présente le dispositif de collecte de données déployé par l'Observatoire Régional du Tourisme des Pays de la Loire.

Il est rappelé, dans un premier temps, que la fonction d'observation de l'activité touristique est mise en œuvre dans le seul but d'évaluer et d'orienter les actions de développement et de promotion du tourisme.

Le système de collecte est ensuite présenté en détail. Au-delà de l'ingénierie fonctionnelle et technique, il est montré que le développement d'un tel système repose sur l'adhésion et l'appropriation de l'outil par les territoires partenaires.

Quelques exemples d'exploitation des données, au niveau régional, permettent d'illustrer les possibilités de l'outil. Afin de comprendre le lien qui existe entre l'échelon des territoires et celui de la région, la dernière partie est consacrée à présenter le travail réalisé par un territoire partenaire.

Notre réseau se trouve confronté, quelle que soit la taille de votre structure, à la communication de ses données sur la fréquentation touristique.

Les questions essentielles sont les suivantes :

- Mon OT & SI communique-t-il suffisamment sur sa fréquentation et celle de la destination ?
- Mon OT & SI analyse-t-il suffisamment ses données de fréquentation touristique ?
- Mon OT & SI traduit-il suffisamment ses données de fréquentation touristique envers ses prestataires touristiques et les élus de son territoire ?

Ce colloque nous aura donné des clés et des pistes de travail sur l'utilisation des données d'observation touristique ou tout simplement l'idée de créer un "observatoire local", soutien aux élus et porteurs de projets.

En complément du présent résumé, nous vous invitons à retrouver ci-joints les actes du colloque, les interventions sous forme d'une clé USB.

Vous pouvez également télécharger l'ensemble de ces documents sur le site Internet de la FROTSI Bourgogne :

www.frotsi-bourgogne.com

Bonne lecture !