

# Séminaire de l'Aduan 29 avril 2016

Méthodes, outils et expériences en matière d'observation de l'activité hôtelière et touristique



**La Lorraine**  
[www.observatoire-lorraine.fr](http://www.observatoire-lorraine.fr)

Présentation de la démarche d'observation confiée à l'Observatoire Lorrain du Tourisme  
au sein du **CRT LORRAINE**

et deux exemples :

- 1) Mise en place et diffusion d'une méthode pour l'estimation des retombées économiques
- 2) Analyse de l'e-réputation du Centre Pompidou-Metz

## Les missions de l'Observatoire Lorrain du Tourisme

Sont définies par un cadre réglementaire  
et par une convention d'objectifs entre la Région et le CRT Lorraine

- Animer, coordonner et fédérer pour favoriser la production, la capitalisation et le partage de ressources
- Collecter, traiter et analyser l'information
- Assurer une veille selon quatre axes de vigilance : stratégique, numérique, juridique et initiatives
- Répondre aux attentes de la Région en matière d'ingénierie et de développement
- Communiquer et diffuser les résultats pour fournir des clés d'aide à la décision



Fréquentation  
Publié le 15 mars 2016

**La fréquentation touristique dans le Grand Est**



En savoir plus



Sur twitter  
Publié le 1 avril 2016

Une moyenne de 1.116 millions de nuitées d'hôtel par mois en #ACAL  
<https://t.co/GW0FAF0wme>

@lorraine\_olt



Offre  
Publié le 15 mars 2016

**+ de 45 000 chambres d'hôtels en Alsace - Champagne-Ardenne - Lorraine**



En savoir plus

**TOUTE L'ACTUALITÉ DE L'OBSERVATOIRE**



Tout voir



## OBSERVATOIRE RÔLE & MISSIONS

L'Observatoire Lorrain du Tourisme est porté juridiquement par le Comité Régional du Tourisme de Lorraine. Il est positionné auprès de la direction générale du CRT afin d'éclairer la stratégie des interventions en faveur du développement touristique et d'en évaluer les résultats.

[> Découvrir l'observatoire](#)

## A LA UNE LES FLUX DE TOURISTES EN ET HORS LORRAINE

Travaux résultants du groupe de travail « Retombées économiques », animé par l'Observatoire Lorrain du Tourisme en partenariat avec Meurthe-et-Moselle Tourisme, CDT Meuse, Moselle Tourisme et Vosges Développement.

[> Voir la publication](#)



## INFOGRAPHIES

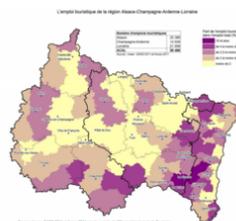
Retrouvez toutes les ressources infographiques mises à votre disposition.

Voir toutes nos infographies



LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN ALSACE -  
CHAMPAGNE-ARDENNE - LORRAINE

Edition 2016



L'EMPLOI TOURISTIQUE EN ALSACE -  
CHAMPAGNE-ARDENNE - LORRAINE

Edition 2016



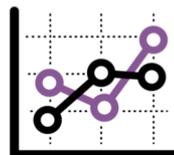
LE POIDS DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE DE LA  
LORRAINE

Edition 2015



## OFFRE

Retrouvez toute l'offre structurée  
autour des labels et écolabels, OTSI et hébergements



## FRÉQUENTATION

Retrouvez toute la fréquentation des hébergements,  
des sites et des événements structurée  
autour de nos bilans et de nos notes de conjoncture.



## CONNAISSANCE DES CLIENTÈLES

Retrouvez toutes les clés de compréhension  
de nos marchés et filières prioritaires.



## POIDS ÉCONOMIQUE

Retrouvez toutes les retombées économiques du tourisme.



## VEILLE ET PROSPECTIVE

Retrouvez toutes nos notes de veille et de prospective :  
stratégique, numérique et juridique.



## AMÉNAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT

Retrouvez toutes les ressources pour la mise en oeuvre de  
la politique de développement touristique  
structurée autour de 13 filières.



## NEWSLETTER

Restez informé de l'actualité de l'Observatoire Lorrain du Tourisme.

## NOUS CONTACTER

Comité Régional du Tourisme de Lorraine  
Abbaye des Prémontrés - BP 97  
54704 PONT-A-MOUSSON Cedex

En France : **03 83 80 01 80**  
Depuis l'étranger : **+333 83 80 01 80**

 [Nous envoyer un message](#)

## NOS AUTRES SITES

- Espace pro du CRT
- [Tourisme-lorraine.fr](#)



**La Lorraine Observatoire**  
COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME

OFFRE FRÉQUENTATION CLIENTÈLES POIDS

OBSERVATOIRE LORRAIN DU TOURISME

# OBSERVATOIRE LORRAIN DU TOURISME

Rechercher instantanément une publication

Fréquentation  
Publié le 15 mars 2016

Sur twitter  
Publié le 1 avril 2016

Offre  
Publié le 15 mars 2016

**La fréquentation touristique dans le Grand Est**

**Une moyenne de 1.116 millions de nuitées d'hôtel par mois en #ACAL**  
<https://t.co/GW0F0wme>

**+ de 45 000 chambres d'hôtels en Alsace - Champagne-Ardenne - Lorraine**

BOÎTE À OUTILS

- Chiffres clés
- Cartothèque
- Infographies
- Glossaire
- Annuaire des bureaux d'études

PLATEFORME COLLABORATIVE

> Se connecter



OFFRE

## Assurer un suivi qualitatif et quantitatif de l'offre

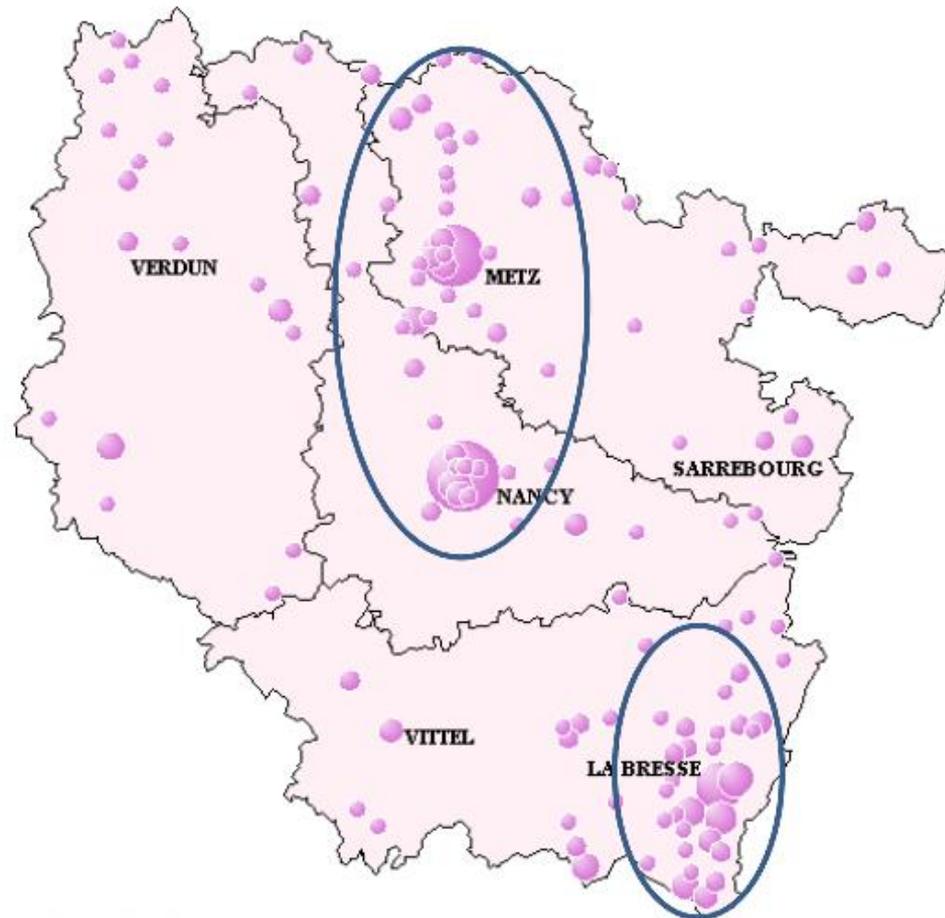
**Des exemples :**

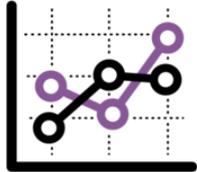
**Les labels et écolabels en Lorraine :  
+ 20 labels et 800 sites**

**Les hébergements insolites**

**Etat de référence : Airbnb en Lorraine**

## Typologie, Tarification et Localisation des logements commercialisés par Airbnb en Lorraine





FRÉQUENTATION

## Mesurer et analyser les niveaux de fréquentation

**Des exemples :**

**Conjoncture : Notes de conjoncture été  
Note de conjoncture hiver**

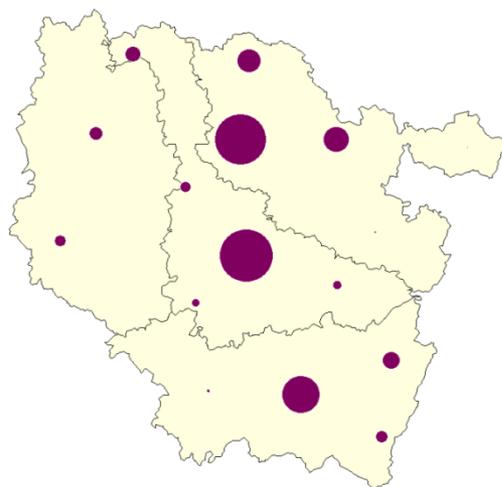
**Tableaux de bord fréquentation mensuelle hôtellerie  
Impact des évènements sur la fréquentation hôtelière**

**Fréquentation des sites et évènements**

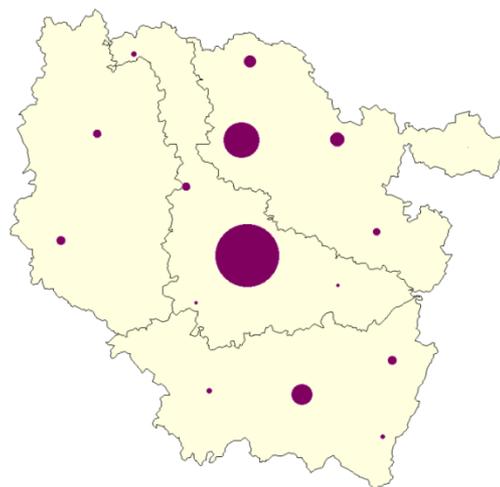
**Bilan de l'année touristique**

**Le marché chinois : prometteur et complexe à la fois**

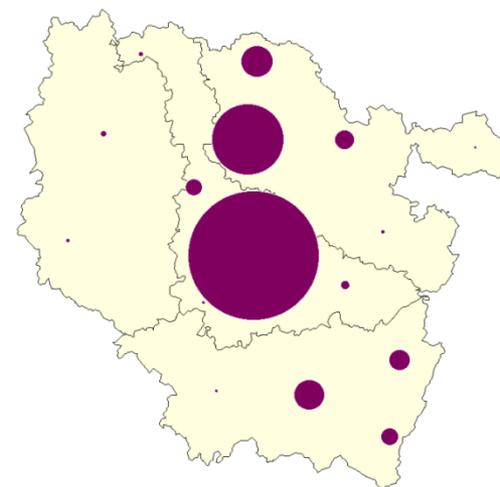
## Répartition et évolution des nuitées dans les hôtels MARCHE CHINOIS



2006



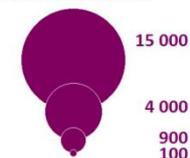
2009



2012

Légende:

Nombre de nuitées



Source: INSEE

Traitement: Observatoire Lorrain du Tourisme



## Connaître les clientèles pour mieux les satisfaire

CONNAISSANCE DES CLIENTÈLES

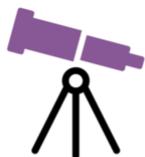
**Des exemples :**

**Les socio-styles des touristes en Lorraine**

**Focus tourisme en famille en Lorraine**

**Focus tourisme de mémoire en Lorraine**

**Focus tourisme urbain en Lorraine : pages 34, 35 et 36  
des chiffres-clés édités en 2015**



Filterer, trier et choisir de l'information pour  
construire une veille pertinente

## VEILLE ET PROSPECTIVE

**Des exemples parmi les plus récents :**

numérique : **La voiture sans chauffeur**

juridique : **Arrêté du 27/01/16 Classement hôtelier**

initiatives : **Lexique de traduction à l'usage des cafés, hôtels  
et restaurants**

stratégique : **Les hébergements touristiques pourront-ils  
accueillir 100 millions de touristes étrangers en  
2020 ?**



## Constituer des ressources pour le développement de filières

AMÉNAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT

Pour la mise en œuvre du  
Schéma Lorrain de Développement Durable de l'Économie Touristique  
2013-2020



## Évaluer les retombées économiques de la fréquentation touristique

POIDS ÉCONOMIQUE

Partenariat INSEE-OLT :  
La Lorraine, région pilote pour l'estimation de l'emploi

Mise en place et diffusion d'une méthode pour l'estimation des  
retombées économiques



## Évaluer les retombées économiques de la fréquentation touristique

### POIDS ÉCONOMIQUE

Mise en place et diffusion d'une méthode pour l'estimation des retombées économiques

Les constats posés :

- Contexte : Une recherche accrue d'efficacité et d'efficience des investissements aussi bien pour le financement des projets que du marketing
- Absence de méthode partagée au niveau national
- Une certaine lassitude devant les ruptures de série et les changements de méthode
- Lors d'une contribution de l'OLT aux Rencontres Nationales du Tourisme en octobre 2013, le besoin énoncé était : « il nous faut une mesure territorialisée annuelle de l'efficacité économique des aides publiques ».

Une 1<sup>ère</sup> étape : un état des lieux des méthodes existantes

Mise en place et diffusion d'une méthode pour l'estimation des retombées économiques

**La co-construction de la réponse par un groupe de travail animé par l'OLT :**

**Une démarche partenariale pour une mise à disposition d'outils**

**Une enquête dépenses pour enrichir la boîte à outils**

**Les résultats**

# La Lorraine

[www.observatoire-lorraine.fr](http://www.observatoire-lorraine.fr)



**MEUSE**  
TOURISME



## 1. CONSTRUCTION D'UNE MÉTHODE PARTAGÉE PAR LE GROUPE DE TRAVAIL

Accompagnement  
**PROTOURISME**

## 2. DIFFUSION DE LA MÉTHODE

**2012-2014**

**Séminaire** de lancement :  
60 participants

**Plan de formation** :  
26 Offices du Tourisme

## 3. ANIMATION PAR L'OLT D'UNE DÉMARCHE DE PROGRÈS EN CONTINU

**2015**

Diffusion des résultats de  
**l'enquête dépenses**

Calcul des retombées  
économiques **globales** du  
tourisme

Lancement des **ateliers  
territoriaux de calcul des  
retombées économiques**  
animés par les ADTs et l'OLT: 33  
Offices de Tourisme

## **La démarche de progrès en continu En 2016**

Le 12 mai :

Les observatoires (départementaux + régional) calculent les retombées économiques du tourisme avec les données définitives de fréquentation 2015  
Et se penchent sur de nouveaux développements sectoriels

Après le 12 mai :

Co-animation des ateliers territoriaux  
de calcul des retombées économiques à destination des 33 Offices du tourisme associés à la démarche.

D'autres structures souhaitent nous rejoindre.

## Méthode : Une pierre angulaire, l'enquête dépenses

**Une enquête «dépenses» réalisée auprès de 4 000 visiteurs sur l'ensemble des 4 départements lorrains, de juin 2013 à juillet 2014**

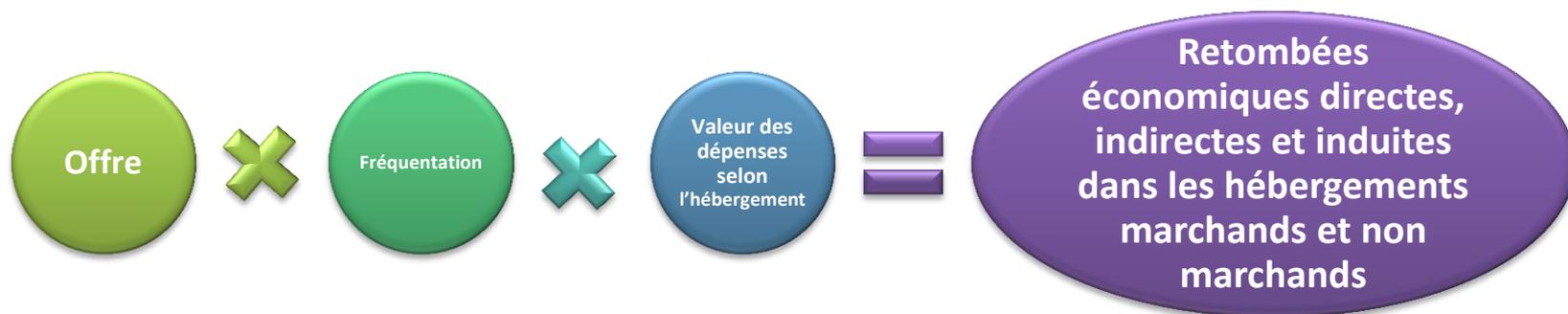
**57 lieux d'enquête, 8 enquêteurs, un guide d'entretien en français, en allemand et en anglais**

Sont prises en compte dans les dépenses :

### **Les dépenses effectuées en Lorraine uniquement**

(donc hors dépenses de transport de type avion, TGV, dont la recette ne bénéficie pas directement à la région).

- . Les différents postes de dépenses pris en compte :
- . Transports (trains régionaux, péages situés en Lorraine, bus, taxi,..),
- . Stationnement / carburant,
- . Hébergement,
- . Restaurants / bar / snack / sandwiches,
- . Courses alimentaires,
- . Activités de loisirs et sportives,
- . Visites culturelles,
- . Achats de produits du terroir / artisanat local / artisanat d.art,
- . Achats de cadeaux / souvenirs,
- . Autres achats personnels,
- . Services aux personnes.



## DES OUTILS

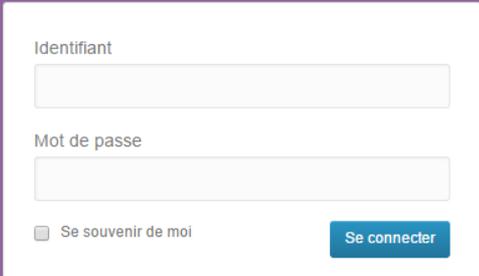
- Un classeur **Excel** simplifié avec des calculs automatisés
- Un **guide méthode**
- Des **ratios** adaptables à tout type d'échelon territorial
- Un **gabarit** proposé pour la diffusion des résultats

## MIS A DISPOSITION SUR

- Une **plateforme collaborative**

	A	B	C	D	E	F	G	H
	Type	Nombre d'établissements année N	Nombre de chambres / emplacements année N	Nombre de lits année N				
1								
2	Hôtellerie			-				
3	Résidences de Tourisme			-				
4	Hôtellerie de plein air emplacements nus			-				
5	Hôtellerie de plein air emplacements locatifs Tourisme			-				
6	Chambres d'hôtes			-				
7	Villages de vacances			-				
8	Gîtes de séjour et gîtes d'étape			-				
9	Centre de vacances			-				
10	Auberge de jeunesse et centre d'accueil jeunes			-				
11	Autres hébergements collectifs			-				
12	Meublés Gîtes de France / Clévacances			-				
13	Autres meublés classés et / ou labellisés			-				
14	Camping-car			-				
15	Port de plaisance			-				
16	Hébergements insolites			-				
17	<b>Sous Total Hébergement Marchand</b>	-		-				
18	Résidences principales			-				
19	Résidences secondaires			-				
20	Hôtellerie de plein air (empl. Loisirs)			-				
21	<b>Sous Total Heb non marchand</b>	-		-				
22	<b>Capacité d'accueil globale</b>	-		-				
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								
37								
38								
39								
40								
41								
42								
43								
44								

## Mise à disposition d'une plateforme collaborative pour favoriser la production et l'analyse de données d'observation et d'évaluation :



Plateforme collaborative  
de l'Observatoire Lorrain du Tourisme

Identifiant

Mot de passe

Se souvenir de moi

- Des échanges facilités pour assurer la cohérence de la démarche
- Un accès sécurisé pour protéger la confidentialité des données
- Un outil facilitant l'échange et le partage des données

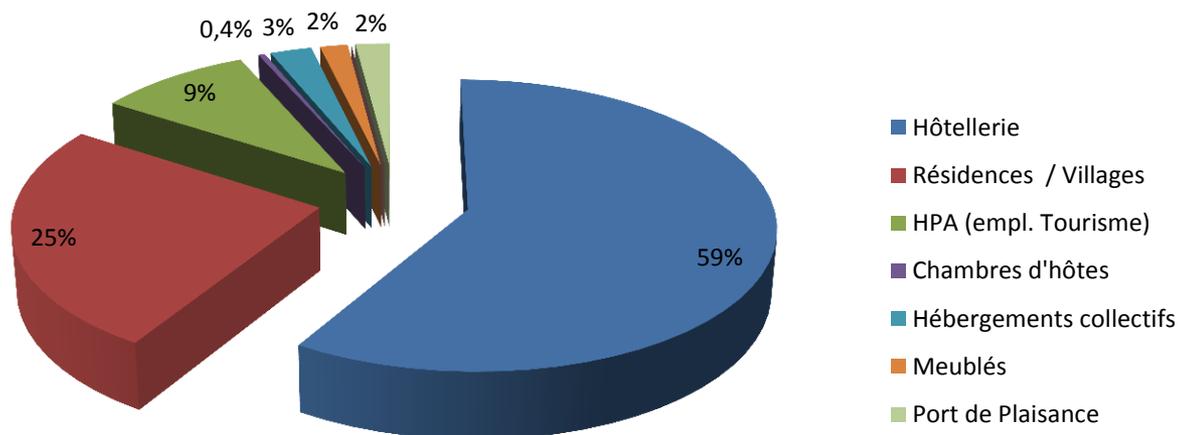
L'ensemble de la méthode est accessible :  
la matrice Excel à renseigner, le guide méthode, les ratios dépenses et **le tutoriel de communication des résultats** ( extraits voir ci-après)

# L'offre en hébergements touristiques marchands

La connaissance de l'offre : point de départ au calcul des retombées économiques

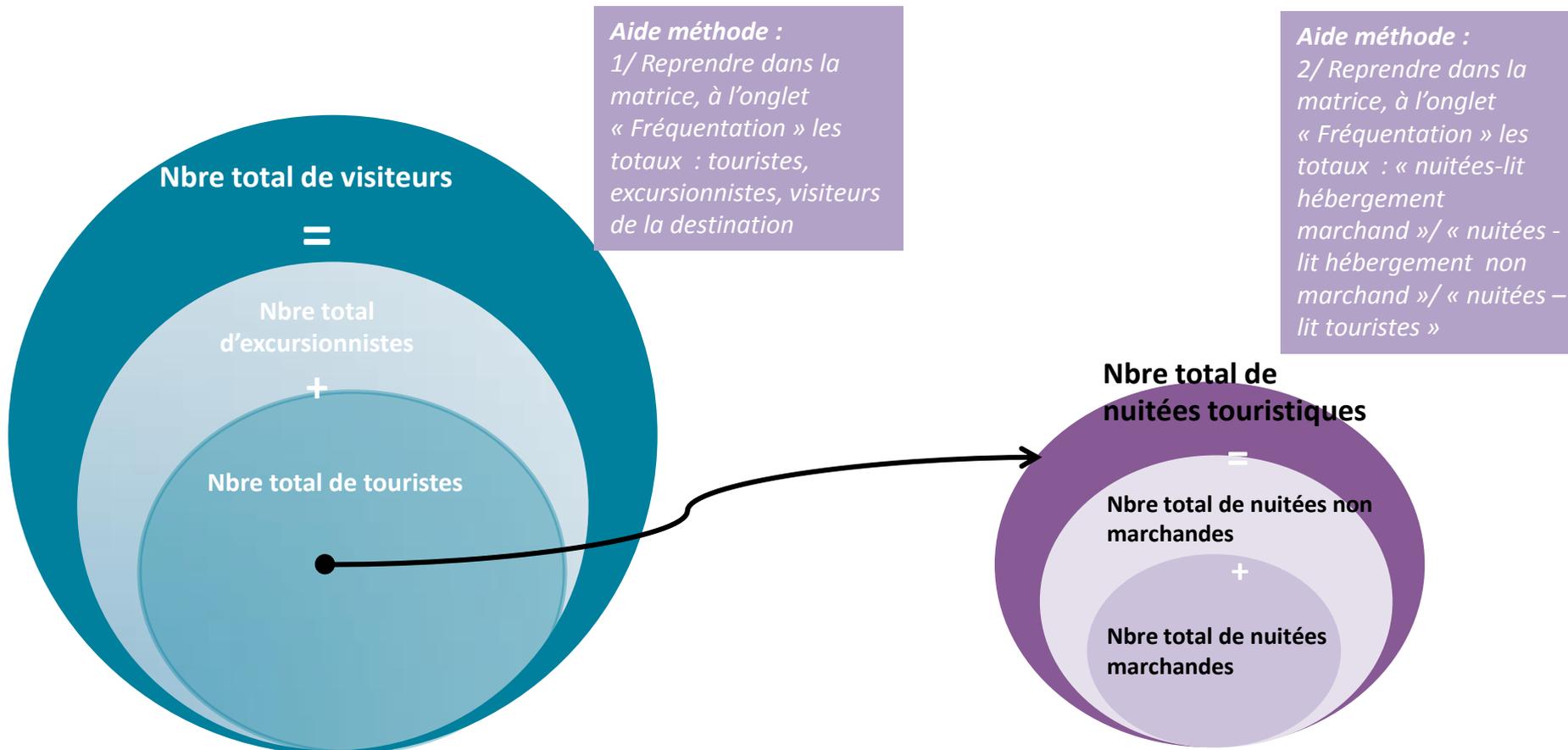
## Aide méthode :

Utiliser le camembert proposé dans l'onglet « Tableau de bord » de la matrice de calcul des retombées économiques.  
Voir camembert ci-contre



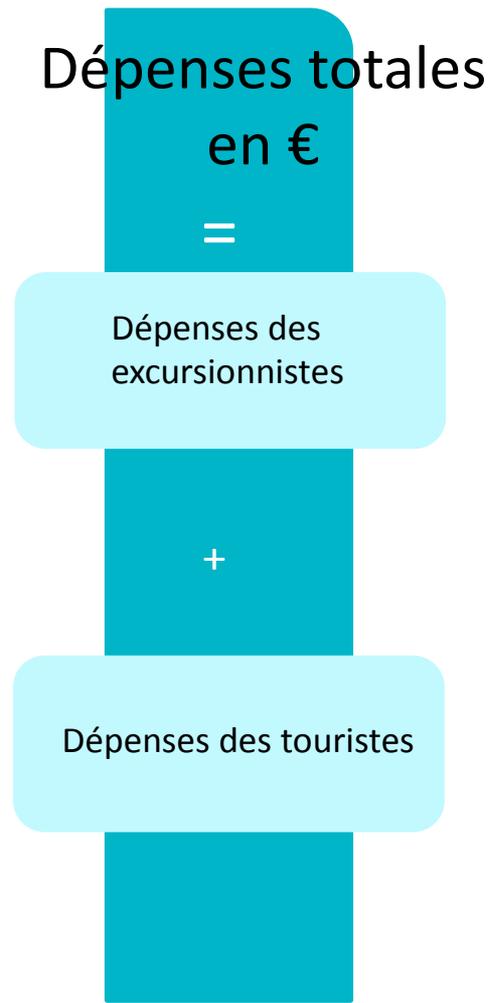
# La fréquentation touristique

Une meilleure connaissance de nos flux de visiteurs : excursionnistes et touristes



# Les dépenses

## Les dépenses des visiteurs dans l'économie locale



### *Aide méthode :*

1/ Pour obtenir les **dépenses totales** : onglet « **Retombées totales** », prendre le résultat de la ligne « dépenses totales »

2/ Pour obtenir les **dépenses des excursionnistes** : faire la somme des dépenses TTC des excursionnistes (**cellule D17**) des onglets « **Retombées directes** » et « **Retombées indirectes** »

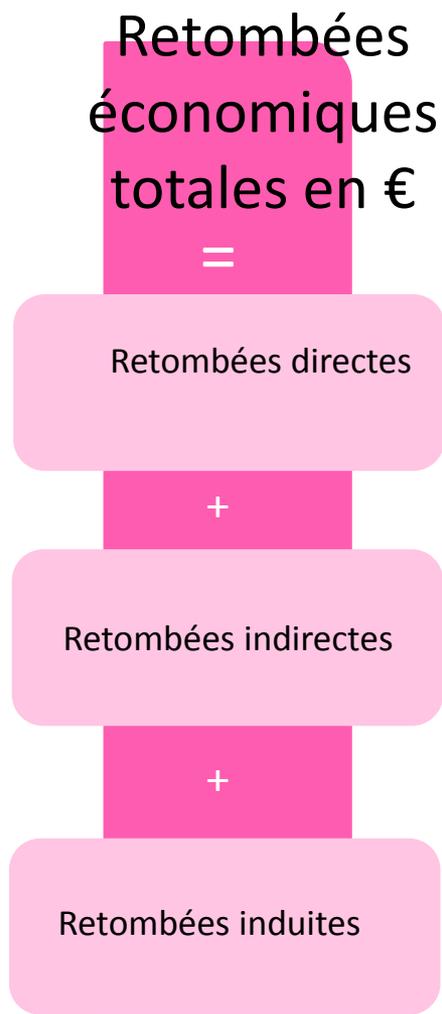
3/ Pour obtenir les dépenses des touristes :

- Soustraire la dépense TTC totale (**cellule D18**) à la dépense TTC excursionniste (**cellule D17**) dans les onglets « **Retombées directes** » et « **Retombées indirectes** »

- Additionner ces 2 résultats

# Les retombées économiques du tourisme

La valeur ajoutée créée par le tourisme



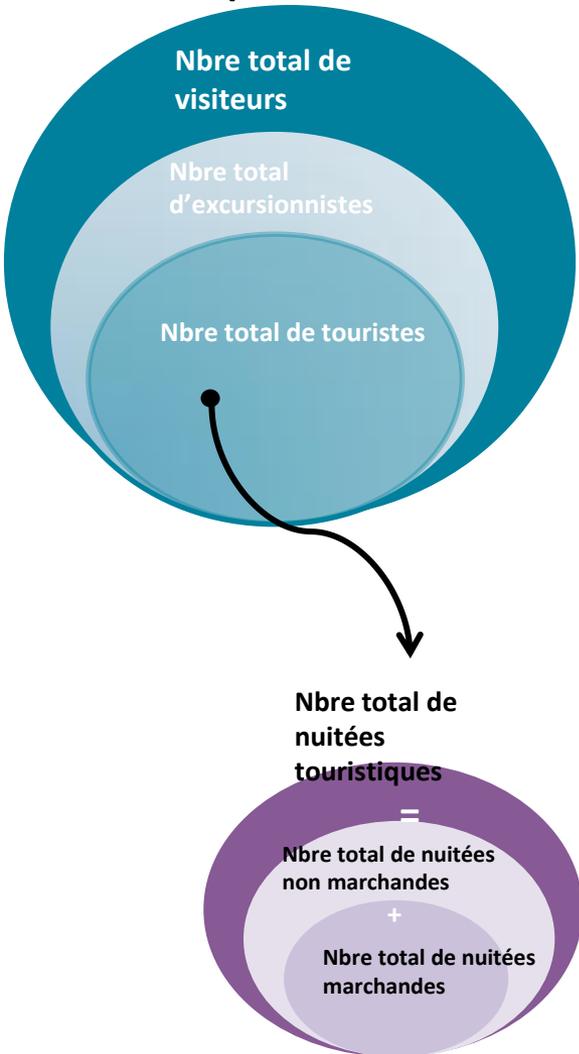
*Aide méthode :*

*Reprendre les résultats des différentes retombées dans l'onglet*

*« Retombées totales »*

# Poids du tourisme dans l'économie locale

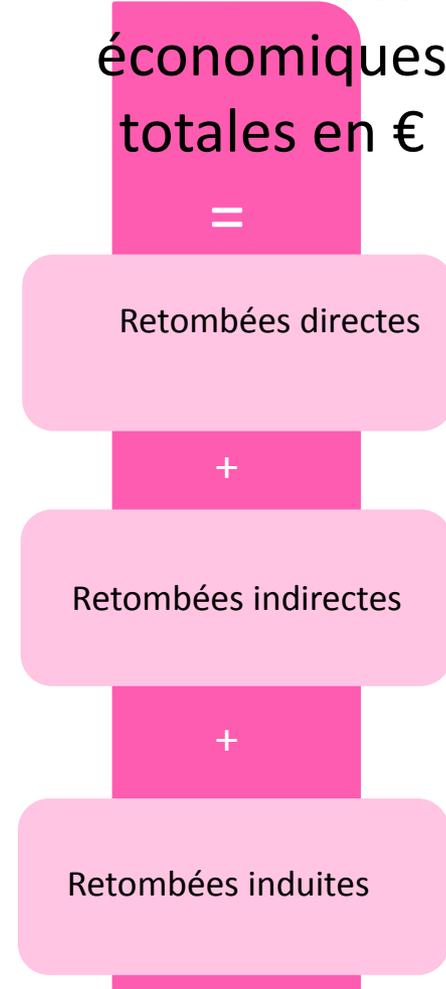
## Fréquentation



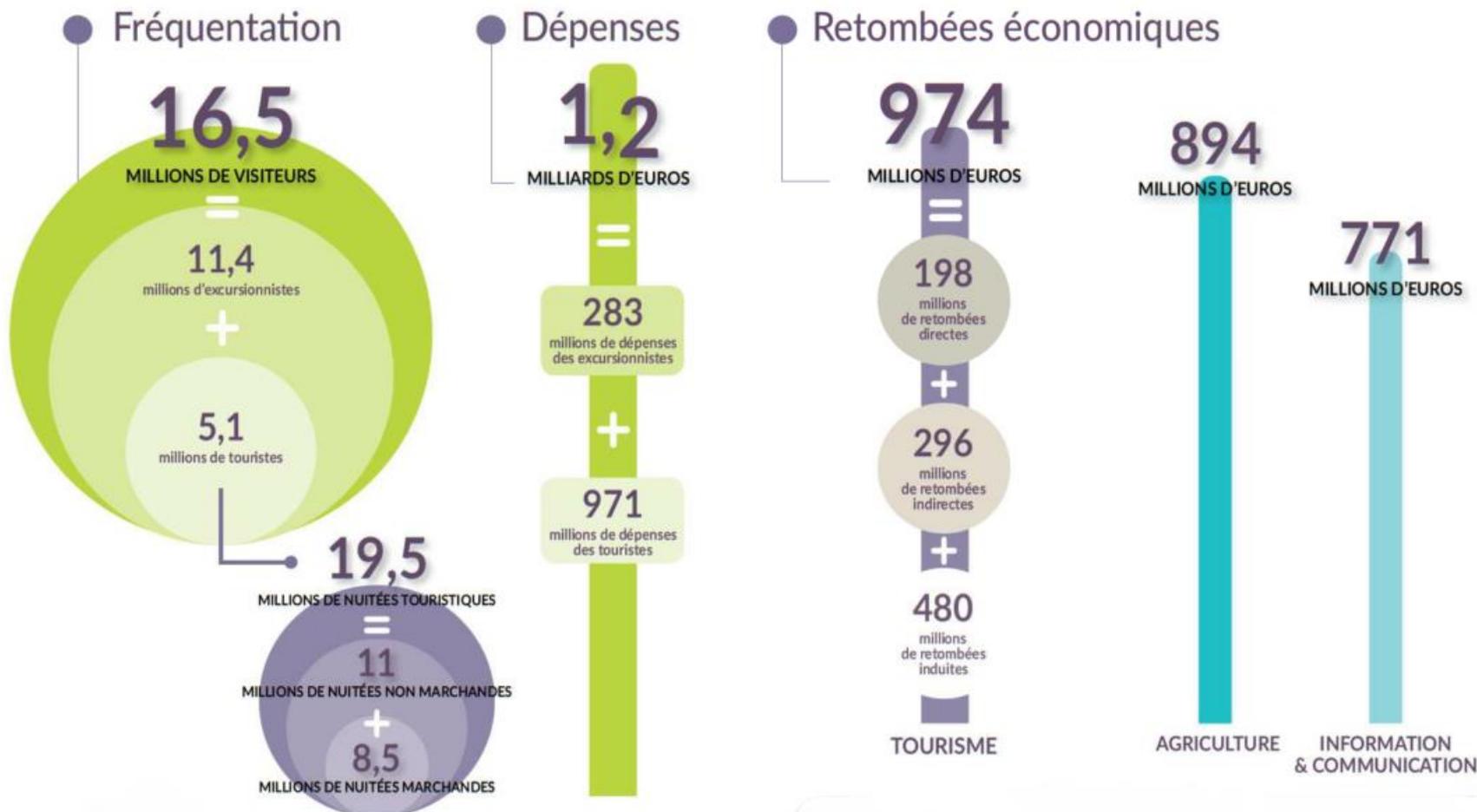
## Dépenses totales en €



## Retombées économiques totales en €



## Ce que pèse le tourisme dans l'économie lorraine



### TRAVELSAT© 2.0

***Focus : La contribution du Centre Pompidou-Metz à la dynamique culturelle de la région Lorraine***



## Le Web social ... ?

- Rôle majeur dans le processus décisionnel des avis
- Tribune intéressante à analyser qualitativement
- Des retours d'expérience verbalisés
- Capter, thématiser et analyser les conversations : blogs, forums, sites d'avis , sites communautaires, réseaux sociaux
- En français, anglais et allemand

## Une architecture impressionnante ...

"The architecture of the building is astonishing - almost like a helmet hat, spreading over space, this was one of the highlight of my visit to Metz"

« L'architecture en un mot :  
**GRANDIOSE** »

Le rayonnement du CPM repose aussi sur sa **forme exceptionnelle** ainsi que les **matériaux utilisés** pour sa construction. Aussi impressionnant en journée que de nuit, des passionnés d'architecture viennent de loin pour découvrir ce bâtiment grandiose, aérien.

"Rien que pour **l'architecture du bâtiment**, ce musée mérite 5 étoiles. C'est **sublime, c'est aérien, c'est incompréhensible**. La structure ressemble à un gigantesque origami."

... qui offre des vues panoramiques saisissantes sur la ville!

"Unforgettable panorama  
views of Metz"

C'est une **expérience poétique**.  
L'espace est propre, aéré et spectaculaire  
Rien que la visite du bâtiment vaut le coup d'oeil.

"Le bâtiment à  
lui seul vaut le  
déplacement"

Le musée attire des voyageurs qui ne se seraient pas forcément déplacés pour une visite d'art contemporain, mais qui viennent aussi pour découvrir l'architecture extérieure et intérieure du musée, et profiter notamment **des vues panoramiques et perspectives offertes sur Metz**. Elles permettent d'appréhender et de découvrir/redécouvrir la ville sous un autre aspect. Certains visiteurs trouvent d'ailleurs que l'architecture du CPM permet un regard nouveau et original sur Metz : **la ville elle-même se transformant en œuvre d'art**.

Auch wenn man sonst kein "Museumsmensch" ist,  
verlässt man diesen stadtprägenden Bau mit  
bleibenden Erinnerungen"

bleibenden Erinnerungen,  
verlässt man diesen stadtprägenden Bau mit  
Auch wenn man sonst kein "Museumsmensch"

"The views from the galleries -- making the  
terrain, history, and skyline of the city  
part of the art"

Autres items :

Un musée unique, de classe mondiale, des expositions de qualité

Une restructuration de territoire réussie

Un musée à l'architecture moderne ... dans une ville historique : une combinaison gagnante

La beauté historique et diversité culturelle de Metz vantée par les visiteurs du musée

Une attraction incontournable à Metz ... à coupler avec une visite de la ville !

Le musée, un des moteurs pour découvrir la région

Les expositions temporaires, un facteur décisif dans la planification d'une visite ou d'une revisite

**L'image de Metz : un pôle touristique et culturel**

Le document est téléchargeable : <http://www.observatoire-lorraine.fr/publications/etude-competitivite-qualite-lorraine-e-reputation-du-centre-pompidou-metz-edition-2014>

Et

**Un autre exemple intéressant d'observation sur l'impact d'un site :**

Etude de l'impact économique du Centre Pompidou-Metz  
par le Cegum Université Paul Verlaine Metz  
pour **Metz Métropole Développement**  
Présentée lors des Etats Généraux du Commerce

Téléchargeable sur :

[http://www.metzmetropoledeveloppement.fr/site/medias/EGC4/Slides/17\\_Mathias\\_BOQUET\\_impact.pdf](http://www.metzmetropoledeveloppement.fr/site/medias/EGC4/Slides/17_Mathias_BOQUET_impact.pdf)

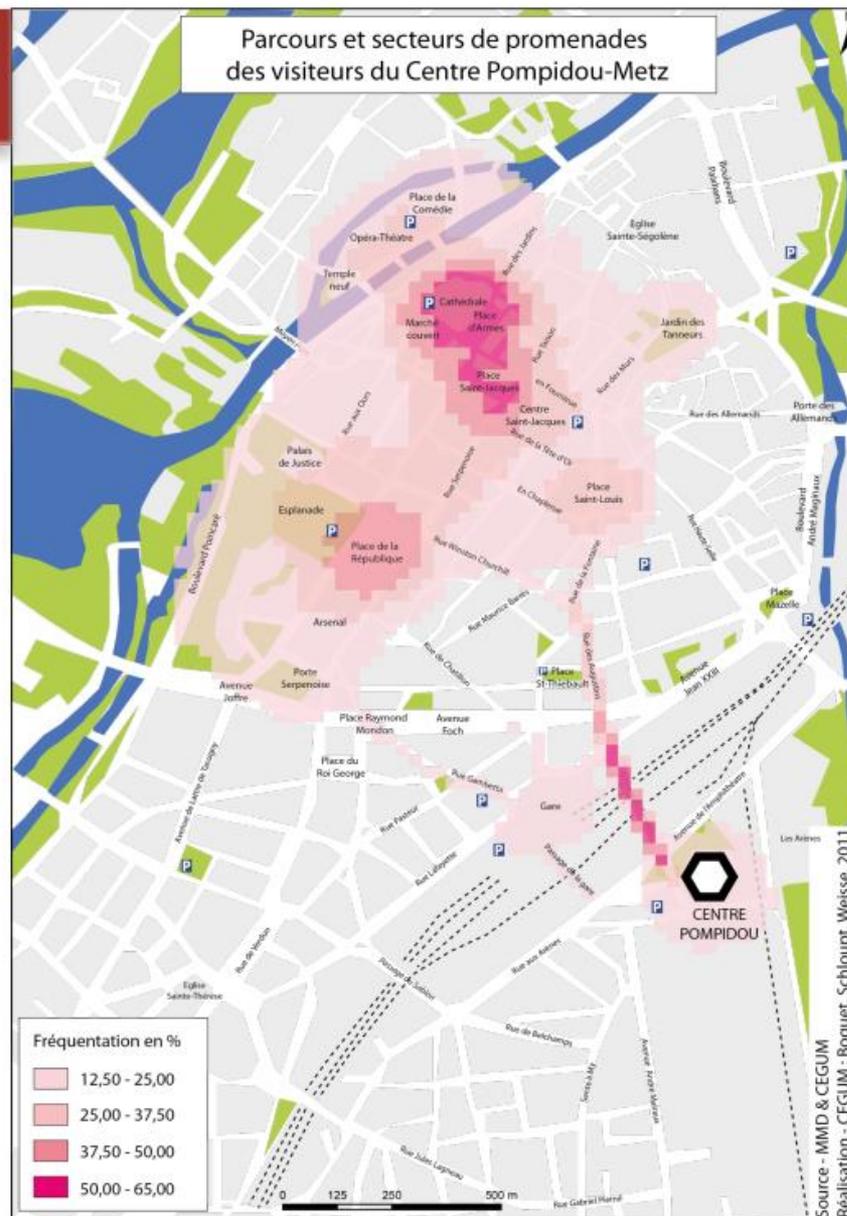
## Principaux résultats de l'enquête « visiteurs »

Un profil CSP +

Une clientèle potentielle pour les commerces de centre-ville

- 75% des visiteurs envisagent de se rendre en centre-ville en marge de leur visite
- 90% des visiteurs sont satisfaits de l'offre commerciale messine

Le secteur cathédrale comme lieu polarisateur pour les visiteurs



En conclusion, des points de vigilance pour un processus d'observation :

## **PREPARER ET ELABORER**

Qui et que ?

Quoi et pourquoi ?

Quand ?

Comment ?

## **PILOTER**

Cadrer et conduire les exercices initiés

Veiller aux buts

## **FAVORISER L'APPROPRIATION ET LA COMMUNICATION**

Prévoir et organiser **en amont** la diffusion des résultats et des recommandations éventuelles dans des formes adaptées



**POUR PRODUIRE  
de l' INFORMATION UTILE**

**Merci pour votre attention**

**Place aux échanges**



**Vos contacts à l'OLT**

**Francine Chevallier-Meyer,**

Responsable de l'Observatoire Lorrain du Tourisme

[francine.chevallier@tourisme-lorraine.fr](mailto:francine.chevallier@tourisme-lorraine.fr)

**Sarah Moyne,**

Chargée d'études

[sarah.moyne@tourisme-lorraine.fr](mailto:sarah.moyne@tourisme-lorraine.fr)