



Utilisation des données clients à l'échelle des destinations: inspirons-nous!

Aude Lenoir

Éclaireuse en intelligence touristique

TOURISME
GASPÉSIE

2023 | COLLOQUE
DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE





Prise de conscience et professionnalisation

- Pratique actuelle des destinations: sondages, statistiques des réseaux sociaux et site web, données fréquentation dans les entreprises touristiques, etc.
- Arrivée des géants du Web, qui collectent, compilent et font parler des milliers de données des internautes (qu'ils vendent!).
- Les destinations emboitent le pas.
- De nouvelles sources de données:
 - Données des moteurs de recherche (ex. : Google Trends/Insights)
 - Données mobiles géolocalisées (fournisseurs de téléphonie mobile)
 - Données de paiement (transactions cartes de crédit)
- Collaborations avec des spécialistes TI



5 exemples de destinations

- Diverses sources : données internes, ouvertes, achetées, recueillies chez les entreprises.
 - Données de performance partagées par les entreprises (volume de réservation, taux d'occupation, nombre de nuitées, etc.)
 - Données d'achalandage dans des zones touristiques (bornes de comptage, capteurs)
 - Données ouvertes



Visit
Iceland



OTRF OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO



**Actiscope
tourisme**



Actiscope Tourisme : un outil d'observation local de la performance économique

Mis en place par la chambre de commerce
et d'industrie du Puy-de-Dôme

Utilisé par Auvergne Rhône-Alpes Tourisme



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme





**Actiscope
Tourisme**



Objectifs

Aider les professionnels dans la gestion de leur entreprise:

- Suivre l'évolution mensuelle de leur chiffre d'affaires, taux d'occupation, REVPAR, etc.
- Définir leur politique tarifaire
- Se comparer au panel de leur choix



Objectifs

Aider les institutions touristiques à se donner des capacités d'analyse économique et d'apporter une vraie valeur ajoutée à leur travail de conseil et d'accompagnement :

- Fournir des informations aux investisseurs / repreneurs / porteurs de projets.
- Fournir des informations aux financeurs (banques...), aux collectivités territoriales partenaires, aux décideurs.



**Actiscope
Tourisme**



Un outil conçu pour 8 secteurs d'activité :

- Hôtellerie
- Restauration
- Campings
- Résidences de tourisme/ Villages vacances
- Sites touristiques de visite
- Activités de pleine nature
- Chambres d'hôtes
- Gîtes de groupes et autres hébergements collectifs



Actiscope Tourisme

 ACTISCOPE® Tourisme <i>Mesurer pour progresser</i>		OBSERVATOIRE MENSUEL D'ACTIVITÉ	
 ACTISCOPE® Tourisme Un produit des Chambres de Commerce de d'Industrie Dans un environnement de plus en plus concurrentiel où la compétition est permanente, toutes les entreprises ont besoin de mesurer leurs résultats, comparer leurs performances, pour pouvoir progresser. ACTISCOPE® Tourisme vous propose un "Observatoire Mensuel d'Activité", facile d'accès, performant et sécurisé, indispensable à tout acteur économique.		 ESPACE MEMBRES <input type="text" value="Sélectionner un compte"/> <input type="text" value="Identifiant"/> <input type="text" value="Mot de passe"/> CONNEXION Mot de passe perdu ? <small>Pour une utilisation optimale d'ACTISCOPE® Tourisme, nous vous recommandons d'utiliser la dernière version de votre navigateur (Internet Explorer, Google Chrome, Firefox, Safari).</small>	
 REJOINDRE LE RÉSEAU ACTISCOPE® Tourisme			
VOUS ÊTES UN PROFESSIONNEL DU TOURISME.	VOUS ETES ACTEUR DE L'ECONOMIE ET SOUHAITEZ VOUS ABONNER AUX	VOUS SOUHAITEZ CRÉER UN OBSERVATOIRE	



**Actiscope
Tourisme**



Comment ça fonctionne?

- Interroge chaque mois les entreprises touristiques volontaires en leur demandant de renseigner un certain nombre d'informations.
- Leur restitue automatiquement et individuellement leurs résultats mensuels comparés au panel de leur choix.
- Des tableaux de bord mensuels détaillés, permettant d'affiner ses analyses et faire des comparatifs entre différentes périodes, activités, panels, etc.



OBSERVATOIRE MENSUEL D'ACTIVITÉ

Votre conseiller Tourisme : Ghislaine CHIRAT
 actiscope-tourisme@dauvergne.cci.fr - Tél. 04 73 60 46 28

Adèle TEST | 63-1.HOT.7021

ENQUÊTES

TABLEAUX DE BORD

COMPARATIFS

DOCUMENTS PARTAGÉS

TABLEAUX DE BORD

TYPE D'ANALYSE *

Évolution mensuelle

Évolution cumulée

PÉRIODES À COMPARER

De*

À*

avec

De*

À*

CALCULER

Télécharger au format CSV Afficher les graphiques

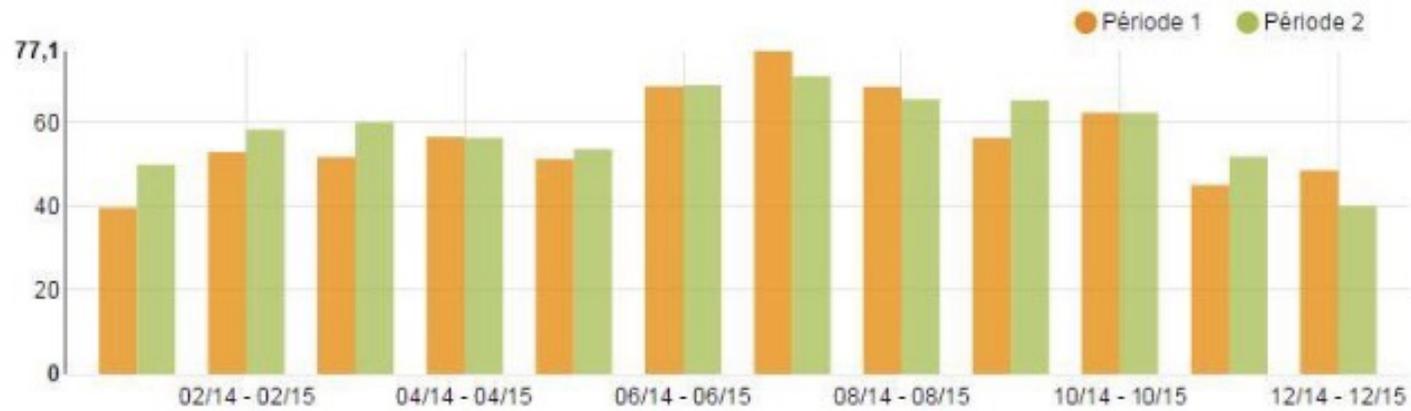
RÉSULTATS

	Nombre de chambres louées			CA TTC chambres €			CA TTC pension €			CA TTC restau	
	Période 1	Période 2	Évolution	Période 1	Période 2	Évolution	Période 1	Période 2	Évolution	Période 1	Période 2
01/14 - 01/15	665	852	28,1 %	49 753	58 412	17,4 %	0	0	N/D	17 280	18
02/14 - 02/15	816	899	10,2 %	61 755	62 768	1,6 %	0	0	N/D	20 359	21
03/14 - 03/15	884	1 025	16,0 %	67 778	72 533	7,0 %	0	0	N/D	19 874	25
04/14 - 04/15	934	931	-0,3 %	73 209	65 766	-10,2 %	0	0	N/D	15 994	20
05/14 - 05/15	874	916	4,8 %	65 423	64 382	-1,6 %	0	0	N/D	19 193	18
06/14 - 06/15	1 133	1 137	0,4 %	89 451	84 154	-5,9 %	0	0	N/D	24 913	24
07/14 - 07/15	1 314	1 212	-7,8 %	104 557	98 320	-6,0 %	0	0	N/D	29 892	23
08/14 - 08/15	1 169	1 118	-4,4 %	91 570	93 572	2,2 %	0	0	N/D	24 368	20
09/14 - 09/15	931	1 079	15,9 %	73 233	75 666	3,3 %	0	0	N/D	22 452	25
10/14 - 10/15	1 064	1 064	0,0 %	80 768	82 195	1,8 %	0	0	N/D	25 656	20
11/14 - 11/15	744	856	15,1 %	55 105	61 488	11,6 %	0	0	N/D	18 516	16
12/14 - 12/15	829	684	-17,5 %	57 628	49 012	-15,0 %	0	0	N/D	16 177	14

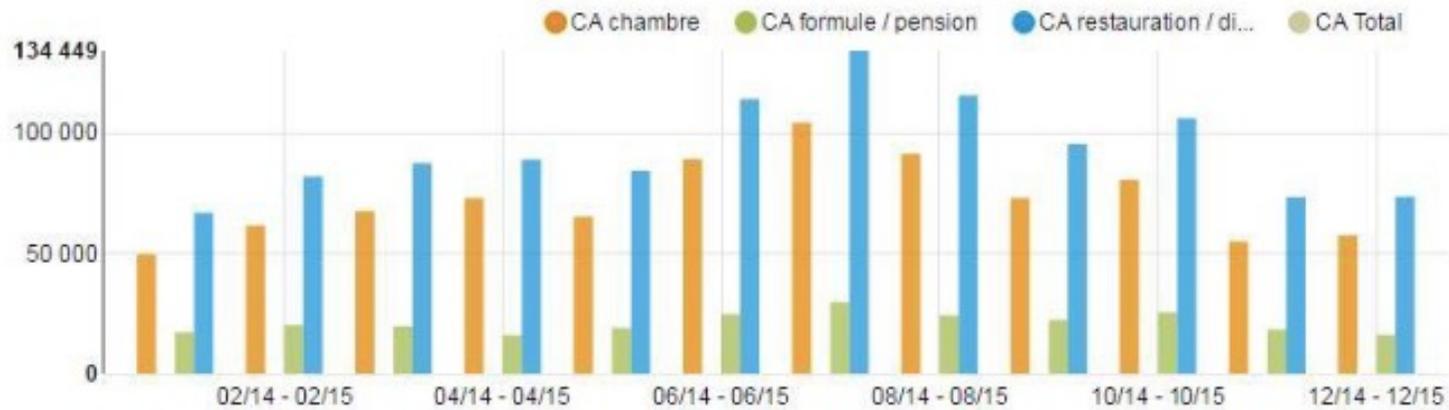


Actiscope Tourisme

📍 Taux d'occupation en %



📍 Chiffre d'affaires 2014





**Actiscope
Tourisme**



Coût pour une organisation touristique (office du tourisme, agence départementale du tourisme) pour l'offrir à ses entreprises :

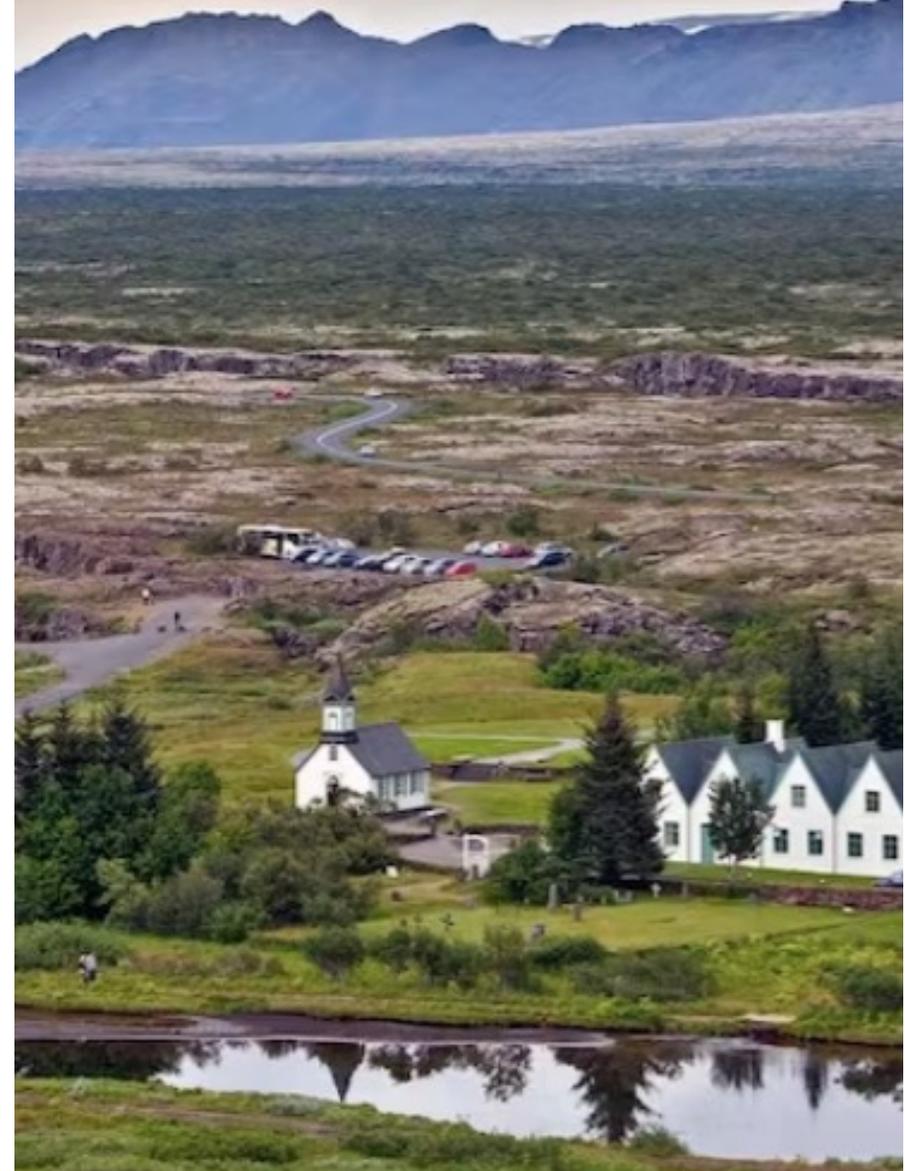
- Un droit d'entrée de 2 000 € HT (3 000 \$CA)
- Un abonnement annuel de 850 € HT (1 200 \$CA) permettant de financer les frais d'hébergement, de maintenance et les coûts de fonctionnement de l'outil.



Visit Iceland: mesure de la fréquentation des sites naturels

Tableau de bord lancé en 2020 par l'Office National du Tourisme Islandais.

S'adresse autant aux opérateurs touristiques qu'aux visiteurs.





Visit Iceland

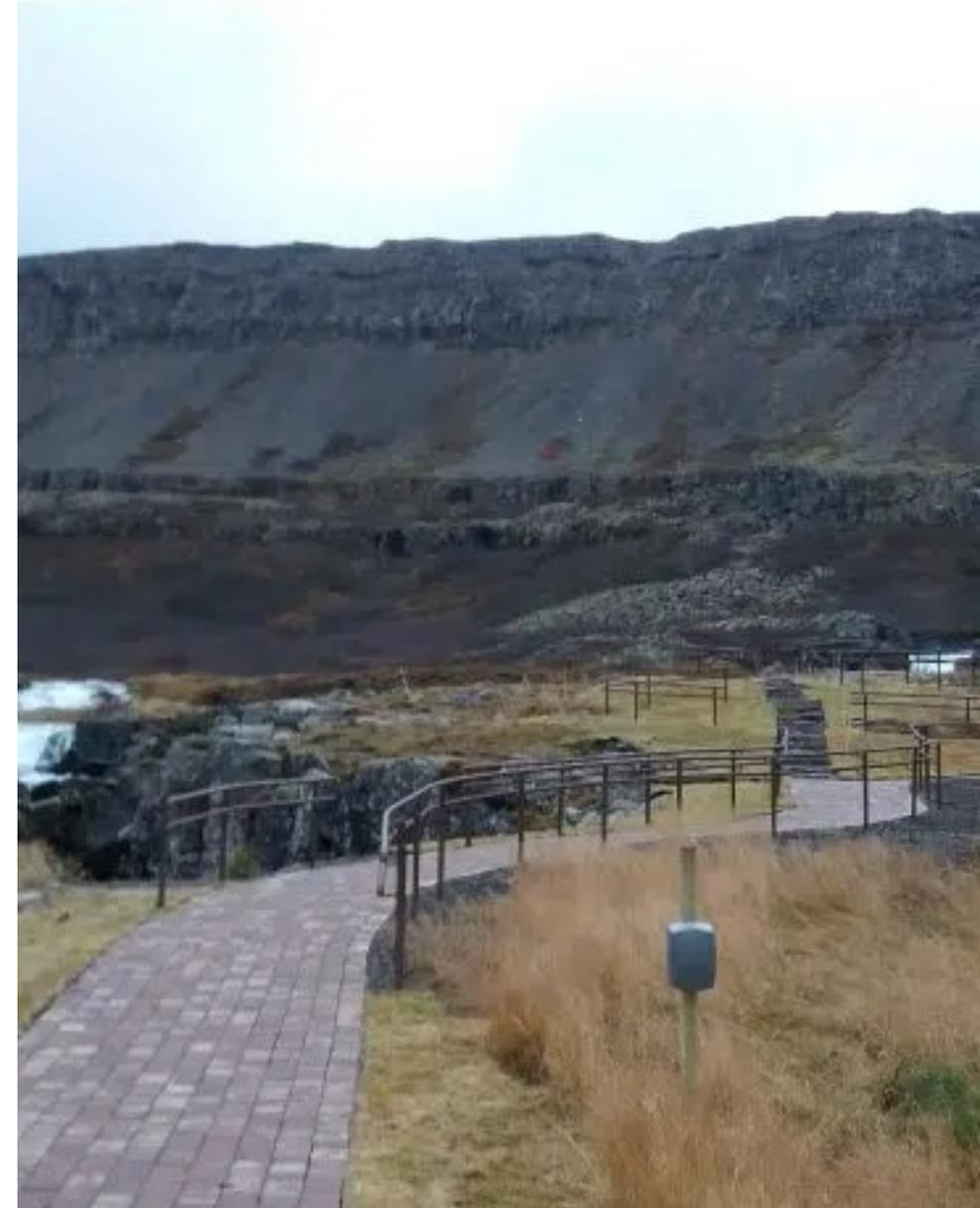
Objectifs

- Mesurer la pression touristique des sites naturels.
- **Visiteurs:** les inciter à planifier leur visite en dehors des heures et périodes de pointe.
- **Décideurs:** faciliter la prise de mesures pertinentes de gestion des flux



Comment ça fonctionne?

- Des capteurs infrarouges connectés à Internet sont placés dans plusieurs lieux naturels importants d'Islande.
- Les données de passage des visiteurs sont collectées et remontées dans un cloud pour être ensuite analysées et présentées dans le tableau de bord.
- Les statistiques peuvent être obtenues en années, mois, jours, heures et quarts d'heure.





Visit Iceland

CHOOSE LOCATION

- DETTIFOSS VESTUR
- DIMMUBORGIR
- DYNJANDI
- GARÐABÆR VÍFÍLSSTAÐAVATN
- GEYSIR AÐ AUSTAN
- GEYSIR AÐALINNGANGUR
- GLAUMBÆR
- GODAFOSS AUSTUR
- GRÁBRÓK
- GULLFOSS EFRA SVÆÐI
- GULLFOSS NEDRA SVÆÐI
- HAFNARFJÖRÐUR HELGAFELL
- HRÚTEY
- HVÍTSEKUR
- KÁLFSHAMARSVÍK
- LÁTRABJARG
- REYKJADALUR
- REYNISFJARA
- SAXHÓLL

REYNISFJARA



15:00

Most visited hour



485.878

Total visits this year

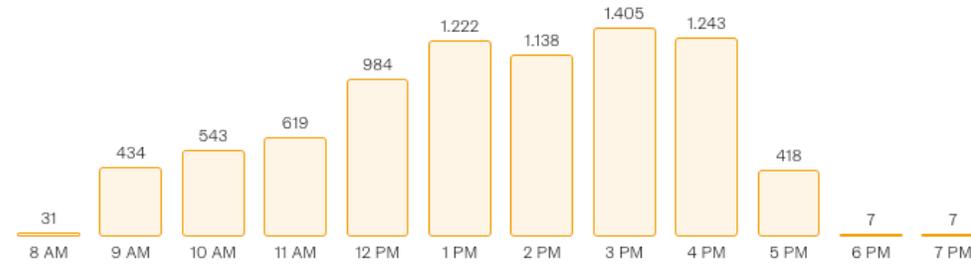


1.123

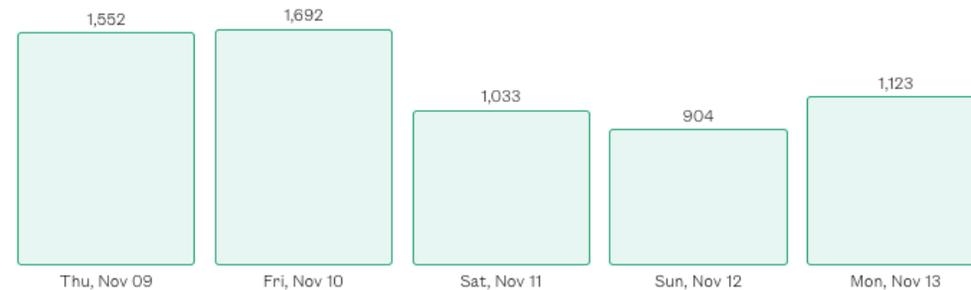
Total visitors yesterday

VISITS PER HOUR

Average of last 7 days



VISITS PER DAY





Résultats

- En l'espace d'un an, le nombre d'utilisateurs du tableau de bord a presque doublé.
- L'objectif de Visit Iceland est d'augmenter la fréquence des relevés des capteurs pour avoir une vue en temps réel de la pression touristique sur les sites naturels.
- La destination souhaite aller plus loin en ajoutant de nouvelles données sur la fréquentation touristique de chaque région du pays.



Tourops de l'Observatoire Valaisan du Tourisme

- Tableau de bord de multiples sources de données quantitatives
- Personnalisé à chaque entreprise



Valorisation des données

Tourops alimente et gère une base de données qui centralise des informations collectées à partir de nombreuses sources. La valorisation des données se fait par la mise à disposition de tableaux de bord sectoriels interactifs.



Comment ça fonctionne?

- Tableau de bord élaboré par l'équipe TI sur leur site web, mis régulièrement à jour.
- Plusieurs partenariats pour obtenir ces données; certaines sont payantes.
- Tableaux de bord privés payants pour les destinations. Celles-ci ont accès à la plateforme mytourobs.
- Objectif de pousser le volet interprétation de ces tableaux de bord.



Observatoire Valaisan du Tourisme



- Accueil
- Tableau de bord
- Articles
- Newsfeed
- Publications
- Rechercher
- À propos
- Langue

Bienvenue sur le dashboard de Tourobs

Les principaux indicateurs du tourisme valaisan en un coup d'oeil

Nuitées hotelières (HESTA)

juin 2022

265'764

Variation (absolue)
+82'938

Variation (%)
+45.36%

Variation absolue et en pourcentage par rapport à la même période de l'année précédente

Nuitées estimées (AirDNA)

juin 2022

341'951

Variation (absolue)
+29'362

Variation (%)
+9.39%

Variation absolue et en pourcentage par rapport à la même période de l'année précédente

Nuitées (Parahôtellerie)

juillet 2022

167'107

Variation (absolue)
-43'870

Variation (%)
-20.79%

Variation absolue et en pourcentage par rapport à la même période de l'année précédente

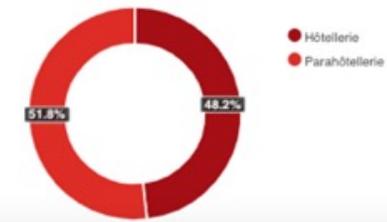
Nuitées réservées pour la prochaine période de vacances (Parahôtellerie)

419'704

Variation (absolue)
-71'171

Variation (%)
-14.50%

Répartition des nuitées 2020 / 2021





Observatoire Valaisan du Tourisme



Bains thermaux et piscines

60'604 entrées enregistrées par les bains thermaux et les piscines

-0.64% par rapport à la même période de l'année précédente



Comptages cantonaux sur les itinéraires cyclables

48'756 Nombre total de vélos

+47.92% par rapport à la même période de l'année précédente



Sports et loisirs

	Entrées	Variation (en %) vs. septembre 2022
Intérieur	55'208	-6.12%
Extérieur	25'235	+ 36.46%



Taux de change

Devise	Taux	Variation (en %) vs. septembre 2022
Euro	0.95969	-0.47%
	€	



Observatoire Valaisan du Tourisme

Les prévisions pour le tourisme valaisan



Nuitées réservées pour les 6 prochains mois
(Panels Tourobs)

	Nuitées	Variation (en %) vs. 2022
Hôtellerie	47'098	-28.70%
Parahôtellerie	794'834	+ 4.38%
Total	841'932	+ 1.74%



Nuitées dans l'hôtellerie suisse (HESTA-FLASH)
10.2022 vs. 10.2023 (estimation par anticipation et extrapolation)

	Variation (en %)	Intervalle de confiance +/-
Suisse	-6.30%	1.2
Étrangers	+ 14.80%	1.7
Total	+ 2.60%	1



Observatoire Valaisan du Tourisme



Développé en étroite collaboration avec ses utilisateurs, MyTourobs s'adapte constamment aux besoins évolutifs des gestionnaires de destinations.



Données



Des données dont la mise à jour régulière se fait automatiquement.

Analyse



Des visualisations synthétiques facilitant l'interprétation de l'information.

Soutien



Une équipe de professionnels pour vous conseiller et mieux valoriser les faits et chiffres de votre territoire.



MarketingOost, Est des Pays-Bas

- L'OGD a créé un site Web pour l'intelligence d'affaires.
- Collecte des données locales pour les rendre accessibles et les transformer en outils d'aide à la décision.





“ *« Les données intelligentes constituent la base d'une analyse de rentabilité ou d'une vision régionale précise. Les décisions ne sont pas prises sur la base de l'intuition, mais sur la base de tendances et de chiffres précis. »*

Shelly van Winden, conseillère en stratégie et recherche



Analyse des flux de visiteurs pour comprendre quand et comment les visiteurs se déplacent sur un territoire

Outils de collecte:

- Capteurs de comptage de passants à des endroits précis
- Liées à d'autres sources de données (données historiques du trafic, prévisions météo et dates des vacances/événements)
- Observation du personnel sur le terrain dans les attraits touristiques
- Etc.



Modèle qui permet de prédire l'achalandage dans une certaine zone au cours des sept prochains jours, voire sur une plus longue période



Analyse et prédiction des flux de visiteurs, diverses utilités

- Pour le DMO : mieux orienter les actions marketing pour inciter les visiteurs à venir dans certaines régions à des moments précis + améliorer le parcours de visite.
- Pour les entreprises : anticiper le nombre d'employés nécessaires selon la période + gestion des stocks (restaurants, boutiques, etc.).
- Pour la ville : anticiper les besoins pour offrir des services aux visiteurs (selon les flux d'achalandage), gestion des stationnements, prédiction de la période de patinage sur glace, etc.



Observatoire régional du tourisme, Vénétie, Italie

- Pour approfondir la connaissance des phénomènes touristiques sur la base de l'analyse de données et d'informations fiables.
- Pour devenir une destination touristique intelligente et en faire bénéficier les entreprises.

OTRF OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO

[Qui nous sommes](#)

[Données et indicateurs](#)

[Zone de documents](#)

[Nouvelles](#)

[Glossaire](#)

[Contacts](#)





De quoi s'agit-il?

- Création d'une structure pour collecter des données, avec l'aide de DataAppeal
- Nuitées / Arrivées



Données officielles

Système de l'Office
Statistique de la Région de
Vénétie

**allez dans la
rubrique**



Arrivées et fréquentation

Afficher des cartes et des
graphiques d'indicateurs
basés sur des données
officielles

**allez dans la
rubrique**



Sentiment et réputation

Tableau de bord interactif
pour suivre les
commentaires de votre
audience en ligne

allez dans la rubrique



Intelligence des données

Tableau de bord
interactif pour surveiller
les données de
réservation

**allez dans la
rubrique**



Intelligence des données hôtelières

OCCUPATION

ADR

REVPAR

REVENU MOYEN

Groupes

VILLE D'ART RÉCEPTIVE ▼



Pays



Canaux



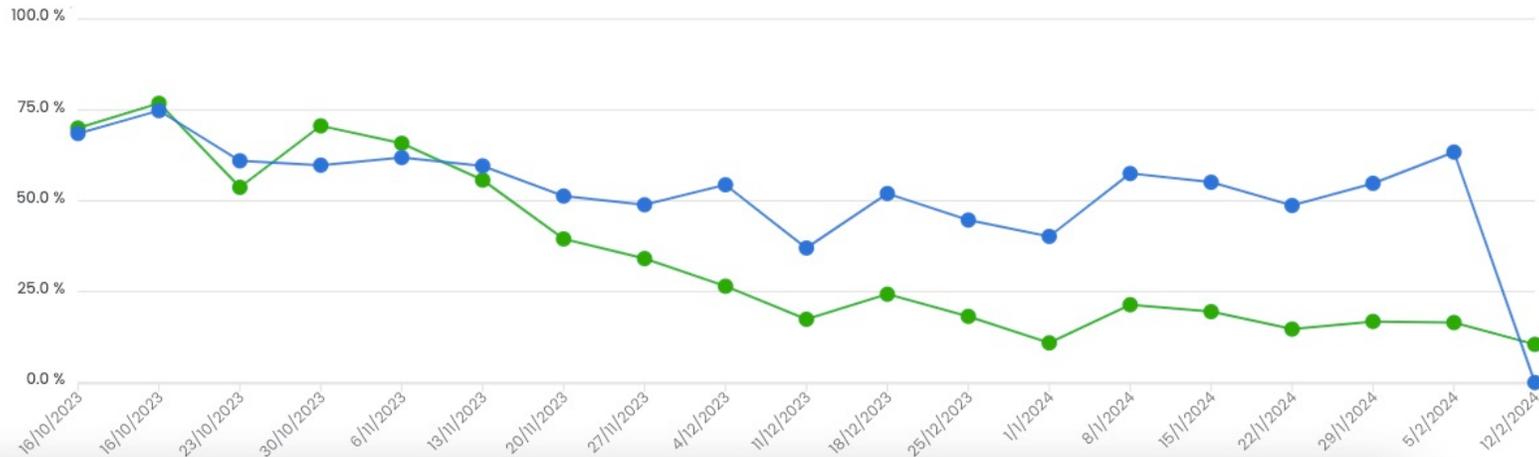
Période

19/10/2023 - 18/02/2024

L'année dernière

2 Années précédentes

2019

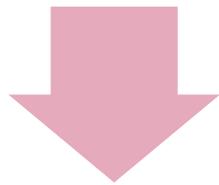




Pour résumer

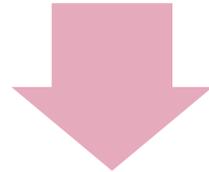
Trois principaux avantages pour une destination d'utiliser les données en marketing :
la facilitation, l'engagement et le ciblage.

Facilitation



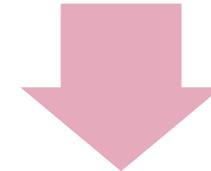
Être un facilitateur pour
permettre à l'industrie
touristique de prendre des
décisions basées sur les
données

Engagement



Optimiser les messages
véhiculés auprès du visiteur
en ayant une meilleure
compréhension de son
comportement en ligne

Ciblage



Être plus agile et réactif pour
ajuster les campagnes
marketing en fonction des
marchés prioritaires à cibler



Merci!

Aude Lenoir

aude@touriscope.ca

TOURISME
GASPÉSIE