

Club indicateurs

Lancement de la collecte 2019



Offices de
Tourisme
de France

FÉDÉRATION NATIONALE

UNIVERSITÉ
PERPIGNAN
VIA
DOMITIA



mona
MISSION DES OFFICES DE TOURISME
nouvelle-aquitaine



Au programme



- La démarche club indicateurs et les actualités nationales/régionales
- Nouveautés et calendrier de la collecte 2019
- Le formulaire de collecte & les préconisations
- Vos contacts à OTF et dans les relais territoriaux
- La suite ?

Le Contexte



Le Club Indicateurs = outil d'analyse des structures et des territoires de compétence, pensé et développé par un groupe d'Offices de Tourisme, en partenariat avec l'Université de Perpignan.

Objectif : améliorer de manière continue les stratégies des OT (moyens/résultats) :

- en mesurant le potentiel touristique de leurs territoires,
- en évaluant leurs performances et celles de leurs territoires,
- en se comparant avec des OT ayant un potentiel touristique similaire,
- en suivant l'évolution de leurs indicateurs d'année en année.

Le Contexte



Projet développé à partir de 2013 par la Commission prospective d'Offices de Tourisme de France, en collaboration avec un laboratoire de recherche de l'Université de Perpignan (financement annuel de l'Université par OTF depuis 2014).

Lancement du Club Indicateurs en 2014 : recrutement d'une cinquantaine d'OT et travail sur une première volée d'indicateurs (accueil, boutique...).

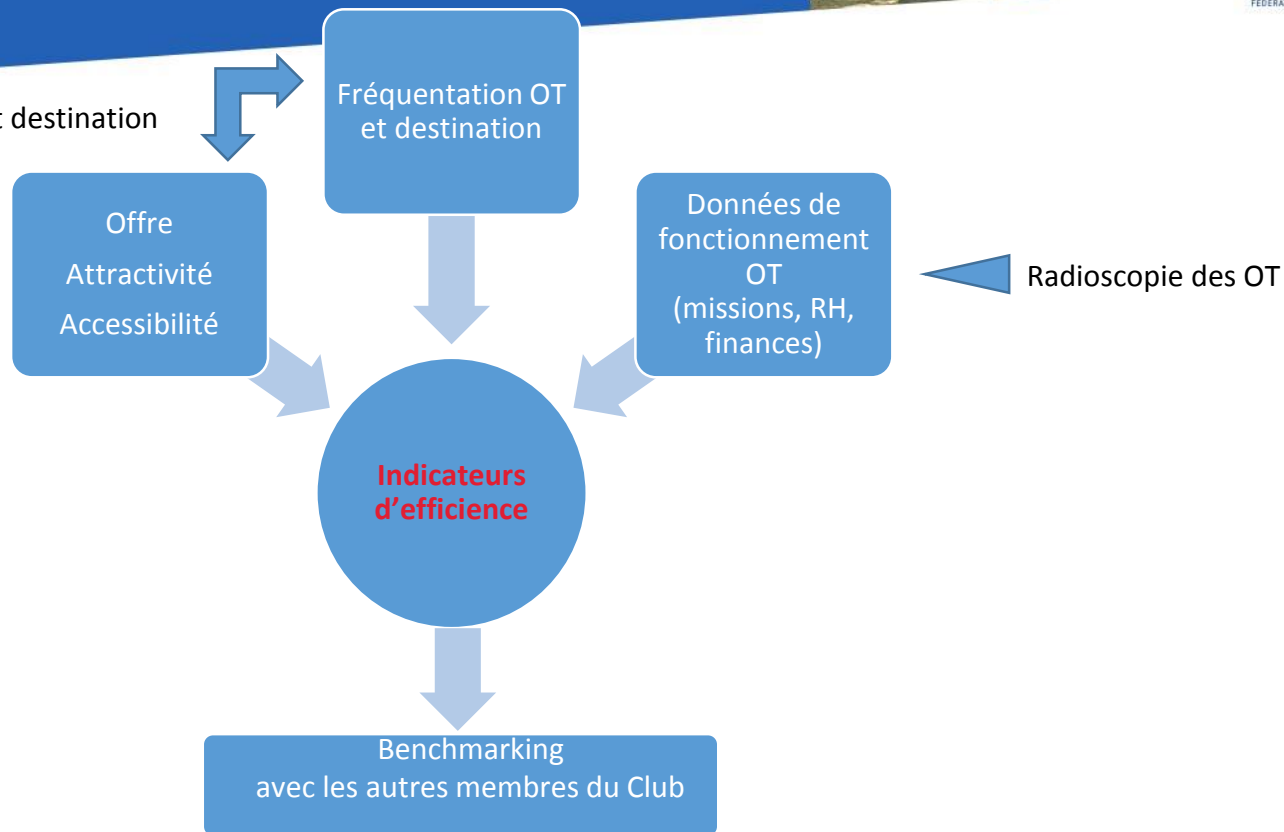
Difficultés de développement du Club à partir de 2015 : peu de temps dédié à OTF, des retours OT trop tardifs, une tarification en sus de l'adhésion parfois mal comprise, Relais Territoriaux non impliqués dans la démarche...

2017/2018 : nouvelle approche, les Relais Territoriaux seront la clé de voûte de l'animation du Club, l'accès au Club entre dans la cotisation OTF (plus de surcoût), mise en place d'une commission technique OTF/RT/UPVD

Que cherche-t-on ?



Observation touristique OT et destination



Le Contexte



Saisie

73 données

Formulaire excel

Pilotage OT :

- fréquentation
- budget
- RH
- accueil
- boutique
- billetterie
- réceptif
- websocial

Guide opératoire

Appui RT / UPVD

Territoire :

- offre
- accessibilité
- attractivité
- fréquentation
- nuitées

Traitement

UPVD

TDB UPVD/RT

Analyse & usage

Indice de touristicité

Données comparées

Ratios

Temps collectifs :

- club indicateurs régional
- formations

Temps individuels :

- benchmarking
- conseils RT
- échange à 2

Qui est là ?



Delphine Denis, OTF

Keryan Thual, MASCOT

Anne Sophie, UD Vendée

Laurent Botti, UPVD

Fabien Hennion, UD Nord

Elisabeth RETAUX, Pas de Calais
Tourisme

Emmanuel Tricoire, OTN

Christelle POETTE, Aisne Tourisme

Pierre BOUTON, OT Bretagne

Leslie Dejardin, Oise Tourisme

Charlotte Emery, MONA

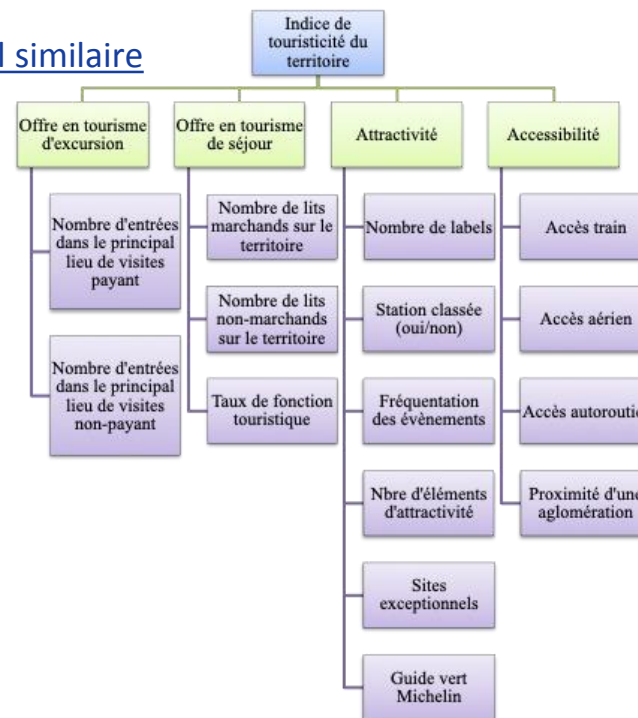
L'indice de Touristicité



➤ Indicateur permettant de se comparer à des destinations au potentiel similaire

Éléments pris en compte :

- Capacité en lits marchands et non marchands.
- Nombre de lieux de visites.
- Population du territoire.
- Éléments d'attractivité (classement et labels destination et grands sites, diversité de l'offre, nombre de citations au guide Vert Michelin, nombre d'événements).
- Accessibilité (train, route, avion, proximité des agglomérations).



Le rendu : zoom sur le tableau de bord 2018



indice et niveau de touristicité

indicateurs / ratios

données brutes

OT membres du club

OT	INDICATEURS D'EFFICACITÉ SUR LE TERRITOIRE				MONTANTS DE RESSOURCES FINANCIÈRES ET HUMAINES												
	Indice de Touristicité	Niveau de touristicité	Efficacité touristique = NB de nuitées marchandes par la touristicité	Productivité touristique = Taux de nuitées par nombre de prestations	Taxe de séjour sur le nombre de prestations cotisées	Taxe de séjour sur le nombre de prestations cotisées qui relève le taux de séjour	Total des produits hors gestion d'équipement	Total des subventions versées à l'OT par la collectivité de tutelle	Montant total de la taxe de séjour perçue sur le territoire	Budget de gestion global	ETP Total	ETP Front Office	ETP Back Office	ETP Salonniers	ETP Animateur	Ratio MSA	
NA																	
1 Club de Saint-Jean-de-Luz	81	1	27033	81	44,93 €	2424	3020	788 542,00 €	439 144 €	1 207 377 €	106 000 €	40,0	31,0	5,0	7,0	23	17%
2 Destination Bayas Atlantique	80	1	48719	80	29,26 €	2732	780	1 254 243 €	2 357 590 €	200 000 €	57,0	39,0	34,0	37	17	17%	
3 Destination Biarritz	79	1	20759	79	27,66 €	1122	404	837 581,50 €	743 000 €	496 793 €	110 500 €	26,6	21,5	15,5	3,5	29	18%
4 Du d'Orléans Marchands Touraine	76	1	32955	42	15,06 €	1000	1000	1 070 000,00 €	900 000,00 €	1 000 000,00 €	40,0	30,0	100,0	0,0	36	31%	
5 Mobile Allaitage	75	1	41277	75	18,21 €	2036	2036	300 000,00 €	1 359 485 €	1 359 485 €	208 541 €	11,0	5,0	5,0	5,0	4	15%
6 COTE LANDS NATURE TOURNAI	72	1	17886	72	30,96 €	1484	1484	292 296,00 €	371 000 €	171 000 €	11,0	11,0	0,0	0,0	4	15%	
7 ISLAND FAMILIAL TOURISME	69	1	1897	69	105,36 €	508	1375	1 830 000 €	311 000 €	365 000 €	30 000 €	20,0	20,0	6,0	1,0	15	61%
8 COTE LANDS NATURE TOURNAI	62	1	21274	62	35,21 €	3993	3993	117 000 €	117 000 €	807 000 €	10 000 €	10,0	7,0	5,0	5,0	5	41%
9 BIGNAN	52	2	26946	52	22,21 €	2184	2017	125 583 €	107 000 €	418 571 €	107 000 €	8,1	6,5	3,4	0,9	2	18%
10 Chateaufort	50	2	2760	50	29,61 €	4220	4220	42 000 €	367 000 €	212 514 €	12 801 €	20,0	22,0	3,0	5,0	12	11%
11 VAL DE GARDONNE	49	2	2150	49	40,43 €	300	3078	120 000 €	500 000 €	64 670 €	30 000 €	12,0	6,0	4,0	1,0	6	54%
12 Carbo les Bains	47	2	5522	47	51,29 €	924	924	187 503 €	200 545 €	239 988 €	7,1	4,5	2,8	3	44%		
13 CANTON MARSAIS TOURNAI	46	2	16046	46	16,69 €	920	920	44 517,00 €	81 575 €	11 575 €	0,2	0,2	0,1	0,1	2	10%	
14 ENGIS	46	2	4218	46	34,21 €	345	345	398 310 €	560 580 €	274 708 €	108 400 €	13,5	7,5	5,0	0,5	6	44%
15 MARAIS NORDOISE	46	2	17002	46	37,84 €	944	1071	338 400 €	634 400 €	250 000 €	14,0	9,5	1,1	6	40%		
16 Grand Guesnois	44	2	2700	44	26,00 €	210	210	280 000 €	10 000 €	45 000 €	18 000 €	6,0	3,0	6,0	3	14%	
17 Colmar de Mars	44	2	967	44	6,05 €	85	109	133 900 €	420 810 €	16 384 €	0,4	5,0	0,8	0,6	2	24%	
18 COULOU DU MASSON	40	2	11200	40	22,22 €	1429	1429	121 000 €	240 000 €	500 000 €	25 000 €	10,0	7,0	3,0	1,0	7	24%
19 Le Nord-Ouest de Bergend	40	2	2700	40	4,76 €	271	271	121 000 €	85 000 €	29 000 €	1,00 €	3,2	4,8	1,8	0,0	2	64%
20 Grand Villersvois	35	3	9445	35	18,30 €	1047	1029	75 796 €	100 000 €	10 000 €	40 000 €	5,0	7,0	3,0	0,8	5	51%
21 Pays de Ruffec	35	3	3980	35	4,76 €	205	225	16 000 €	22 873 €	12 180 €	11 040 €	5,0	5,0	3,0	0,3	4	67%
22 Basse	27	3	8100	27	23,33 €	223	223	450 766 €	300 000 €	27 000 €	10 000 €	11,0	5,0	6,0	3,0	3	10%
23 DÉPARTEMENT TOURNAI CANTON SUD OUEST	26	3	8100	26	4,76 €	205	225	16 000 €	22 873 €	12 180 €	11 040 €	5,0	5,0	3,0	0,3	4	67%
24 Du Finistère	22	3	900	22	17,28 €	300	375	78 450 €	194 224 €	73 795 €	16 480 €	1,0	1,0	2,0	1,0	1	44%
MOYENNE NA	52		12884	52	31,84 €	1147	2311	318 900 €	439 034 €	407 876 €	87 380 €	18,39	12,19	5,66	4,14	9,04	
MOYENNE VENDÉE	61,33		17044	61	15,81 €	2017	120	573 987 €	280 708 €	723 272,20 €	174 733,82 €	16,68	8,60	7,00	3,00	7,64	
MOYENNE OISE	59,56		1700	59	38,88 €	2004	2004	73 286,17 €	108 072,16 €	227 240 €	40 880,17 €	3,86	3,86	1,00	1,00	1,00	
MOYENNE NORMANDE	55,50		11475	55	30,45 €	1334	1334	210 000,17 €	304 033,17 €	110 000,00 €	6,35	6,57	1,00	6,12			
MOYENNE NATIONALE	51,12		11275	51	34,48 €	1334	1334	283 839,00 €	419 913,94 €	376 902,39 €	84 877,81 €	14,74	9,02	3,21	2,04	7,24	

moyenne NA
moyenne par région
moyenne nationale

se comparer avec les OT de France

benchmarking par structure

se comparer par niveau de touristicité

se comparer avec les OT de NA

la base de données brutes

un onglet par structure



Le rendu : exemple traitement



Groupe 3 - Productivité touristique

Indice de Touristicité 2018	Niveaux de touristicité	Productivité touristique = Taxe de séjours sur nombre de lits marchands
81	1	44,91 €
80	1	29,96 €
80	1	21,43 €
72	1	39,05 €
	1	
65	1	28,00 €
62	1	35,71 €
52	2	22,71 €
46	2	16,49 €
46	2	34,73 €
46	2	37,34 €
	2	
33	3	4,78 €
27	3	23,16 €
26	3	
52		31,68 €

Leviers :

- perception de la TS ?
- tarifs TS ?
- saisonnalité ?
- TO ?

Le rendu : exemple traitement



Subvention / nbre d'habitants			
Valeur	Niveau de touristicité		Moyenne
8,8 €	1	Niveau 1	12,1 €
14,3 €	1	Niveau 2	5,4 €
8,8 €	1	Niveau 3	9,8 €
32,9 €	1		
- €	1		
18,7 €	1		
13,5 €	1		
- €	1		
- €	2		
4,0 €	2		
8,1 €	2		
- €	2		
5,1 €	2		
8,1 €	2		
3,1 €	2		
7,3 €	2		
7,8 €	2		
11,4 €	2		
4,0 €	2		
9,9 €	3		
6,0 €	3		
14,7 €	3		
13,9 €	3		
4,3 €	3		
8,5 €			

Campagne 2019



Le deal

- OTF s'engage à financer le club et à coordonner les RT
- UPVD s'engage à récolter et produire un TDB d'analyse
- RT s'engage à animer le club et faciliter l'interprétation des indicateurs
- OT s'engage à fournir la donnée et à partager ses bonnes pratiques

Le calendrier

- **Février / mai** > recrutement de nouveaux OT
- **Juin / juillet** > collecte des données 2018 : fichier excel envoyé par mail
- **Août / septembre** > traitement et analyse des données
- **Octobre** > restitution 2019 + proposition outil OTF
- **Novembre / mars 2020** > exploitation + outil PILOT ?

Zoom sur le formulaire



Formulaire Club Indicateurs OTF UPVD V 2019 Vierge Final

Accueil Insertion Mise en page Formules Données Révision Affichage **Tableau**

Coller

Calibri (Corps) 11

Renvoyer à la ligne automatiquement



Fusionner et centrer

Standard

Mise en condition

B5

Avez-vous échangé avec votre relai pour compléter ce formulaire ?

A	B	C	D	E	F
Office Tourisme	Email de Contact	Forme juridique	Statut Territorial	Qualité Tourisme	Tourisme handicap
Autre label ou					
Bienvenue dans le formulaire de l'indice de touristicité 2019.					
Avez-vous échangé avec votre relai pour compléter ce formulaire ?					
Avez-vous consigné les données demandées dans un même document ?					
Si oui, cliquez sur le bouton "Démarrer" ci-dessous pour lancer le formulaire.					
 					
Démarrer le formulaire					

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif 6. Réseaux sociaux 7. Tourisme d'excursion 8. Le territoire 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

Version 2019 - Données 2018

Afficher les données antérieures

Office de Tourisme (ou Pays)

Email de contact

1. Forme juridique de votre structure

- Associatio
- EPIC
- Régie SPA
- SEM
- SPL
- Autre

2. Statut territorial

- Commun
- Intercommunal, précisez
 - Communautai
 - Intercommunautai
- Précisez si autre (Pays...)

3. Classement actuel

- Non
- Catégorie 1
- Catégorie 2
- Catégorie 3

4. Label ou Marque

Qualité O No

Tourisme et O No

Si autres, précisez-les en séparant vos Labels et vos Marques par ;

Valider les données et passer à l'onglet suivant

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif 6. Réseaux sociaux 7. Tourisme d'excursion 8. Le territoire 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

1. Accueil dans votre OT

Données N-1

Nombre total de visiteurs physiques :

Il s'agit du nombre de visiteurs de l'OT (siège et BIT ou BAT inclus). Nombre issu d'un compteur ou estimé ainsi : Nbre d'actes de renseignements physiques x 2,5

Nombre d'actes de renseignements :

Nombre d'actes de renseignements physiques au comptoir réalisés par un conseiller en séjour. Le nombre de personnes concernées par un acte de renseignement n'a pas d'importance. 1 acte de renseignement = 1 CS renseigne 1 ou plusieurs personnes.

Nombre de BAT ou BIT :

Nb de points d'accueil et d'information touristique permanents, y compris le siège s'il accueille du public.

2. Accueil digital

Données N-1

Nombre de visiteurs (uniques) sur votre site Internet de destination :

Statistique issu de votre site Web

Nombre d'actes de renseignements dématérialisés :

Contacts téléphoniques, mails, actes de renseignements numériques... **Facultatif**

3. Précisions sur les BAT - BIT

Facultatif

Données N-1

Si votre OT dispose de plus de 3 points d'information touristique mettre en 1, celui qui fait le plus de contacts, en 2 celui qui fait un nb de contacts moyen et en 3, celui qui fait le moins de contacts.

BAT BIT 1	BAT BIT 2	BAT BIT 3
Facultatif	Facultatif	Facultatif
Nom du BAT ou BIT 1: <input type="text"/>	Nom du BAT ou BIT 2: <input type="text"/>	Nom du BAT ou BIT 3: <input type="text"/>
Nb de visiteurs BAT ou BIT 1: <input type="text"/>	Nb de visiteurs BAT ou BIT 2: <input type="text"/>	Nb de visiteurs BAT ou BIT 3: <input type="text"/>
Nb de contacts BAT ou BIT 1: <input type="text"/>	Nb de contacts BAT ou BIT 2: <input type="text"/>	Nb de contacts BAT ou BIT 3: <input type="text"/>

Retour à l'onglet précédent

Valider les données et passer à l'onglet suivant

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT | 2. Fréquentation OT | **3. Fonctions supports** | 4. Boutique, billetterie | 5. Réceptif | 6. Réseaux sociaux | 7. Tourisme d'excursion | 8. Le territoire | 9. Attractivité | 10. Accessibilité | 11. Votre indice de touristicité

1. Financier

Total des produits hors gestion d'équipements : Il s'agit du total des produits de la classe 7 du compte de résultat. Tout prendre en compte sauf la taxe de séjour et les subventions. En cas de pluriactivité de l'OT (gestion d'un port de plaisance par exemple), ne prendre que la part Office.

Total des subventions versées à l'OT par la collectivité de tutelle : Montant global de la taxe de séjour perçue sur le territoire :

Retirer la taxe de séjour si elle est intégrée à la subvention. **Ajouter les charges de bâtiment ainsi que les agents mis à disposition.** **Y compris les recettes versées par les plateformes.**

Charges de promotion globales (brochures, site internet, insertions, publicités...) : Sont exclus pour les EPIC les champs de la classe 6 non concernés : 625, 626, 627, 627. **Facultatif** **Données N-1**

2. Socioprofessionnels

Nombre de partenaires (prestataire qui apporte une contribution financière (hors adhésion) en contrepartie d'un service rendu par l'OT) :

Nombre de prestataires contribuant indirectement (remises sur les prestations commerciales et ristournes) :

Nombre de prestataires contribuant indirectement (qui relèvent la taxe de séjour - hébergeurs) : **Facultatif**

Données N-1

3. ETP : Approche globale

Nombre d'ETP Total

Il s'agit du nombre total de salariés, saisonniers inclus. En cas de pluriactivité de l'OT (gestion d'un camping par exemple) ne prendre que la part Office, exclure la part gestion d'équipements - Inclure les emplois mis à disposition et les apprentis. Exclure les stagiaires.

Nombre d'ETP "front-office" : affectés à l'accueil, l'animation, la boutique et les réceptifs

Nombre d'ETP "back-office" : affectés à l'administration et/ou aux missions des fonctions supports

Nombre d'ETP saisonniers : **Exclure les stagiaires !**

Nombre d'ETP affectés à la gestion d'équipements : **Facultatif**

Nombre d'ETP mis à disposition **Données N-1**

4. ETP : Précisions

Parmi les ETP "front-office", merci de préciser les ETP qui relèvent :

de l'accueil **Données N-1**

du réceptif

de la boutique : ETP BAT ou BIT 1

de l'animation : ETP BAT ou BIT 2

de l'animation numérique du territoire: **Facultatif** ETP BAT ou BIT 3 **Facultatif**

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif 6. Réseaux sociaux 7. Tourisme d'excursion 8. Le territoire 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

1. Boutique

Données N-1

Linéaire de boutique (mètre linéaire) :

Il s'agit du linéaire développé c'est à dire, la surface totale de présentation des produits. Par exemple : 10 mètres de présentoirs sur 3 niveaux = 30 mètres linéaires (multiplier par 2 lorsque les rayons donnent sur les deux côtés).

Nombre de références :

Nombre d'heures d'ouverture sur l'année :

Chiffre d'affaires produits boutique global (toutes boutiques confondues) :

Marge produits globale, toutes boutiques confondues :

Facultatif

Nombre de tickets de caisse sur l'année (toutes boutiques confondues) :

Considérez la boutique réalisant le CA le plus important (si boutique dans les BAT - BIT).

2. Billetterie

Nombre de sites de visites en billetterie dans l'OT : **Dont visites guidées !**

Produits par l'OT : Produits par un prestataire :

Votre chiffre d'affaires HT "Billetterie visites" :

Nombre de manifestations (Événements et culture) en billetterie dans l'OT :

Produits par l'OT : Produits par un prestataire :

Votre chiffre d'affaires HT "Manifestations" :

Votre chiffre d'affaires global HT billetterie : **Y compris transports.**

Données N-1

3. Superficies du bureau principal

Superficie (en m²) du bureau principal :
Il s'agit de la zone d'accueil + la boutique, ne pas prendre en compte la "zone administrative".

Superficie (en m²) de la zone d'accueil du bureau principal :

Superficie (en m²) de la zone boutique du bureau principal :

Facultatif

4. Superficies BAT ou BIT

Superficie (en m²) du BAT ou BIT 1 (zone d'accueil + boutique) :

Superficie (en m²) du BAT ou BIT 2 (zone d'accueil + boutique) :

Superficie (en m²) du BAT ou BIT 3 (zone d'accueil + boutique) :

Facultatif

Valider les données et passer à l'onglet suivant

Retour à l'onglet précédent

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif 6. Réseaux sociaux 7. Tourisme d'excursion 8. Le territoire 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

1. Budget

Budget promotion et commercialisation affectés sur les réceptifs :

Salons destinés aux professionnels, éventuels accueil de TO, l'achat de prestations (vendues packagées) et tout démarchage vis-à-vis des réceptifs.

Données N-1

2. Capacités

Capacité totale des salles de séminaires et banquets (en nb de places assises) :

Capacité d'accueil "Congrès", si vous possédez un palais de congrès :

Capacité totale pour les restaurants "partenaires" (en nb de couverts) pouvant accueillir des groupes :

Capacités hôtelières (en nombre de chambres) :

3. Durée des séjours

Durée moyenne (en nuitées) d'un séjour "groupe" : **Au moins une nuitée.**

Durée moyenne (en nuitées) d'un séjour "individuel" : **Facultatif**

4. Chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires HT "Centrale de réservation" :

Chiffre d'affaires HT "Groupes" :

Chiffre d'affaires HT "Congrès" :

Chiffre d'affaires HT "Produits individuels" :

Issues de la classe 7. Données N-1

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif **6. Réseaux sociaux** 7. Tourisme d'excursion 8. Le territoire 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

1. Présence sur les réseaux sociaux

Votre structure a-t-elle un compte actif sur les réseaux cités ci-après ? Par actif, on entend un compte animé à minima une fois par semaine.

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Youtube
- Snapchat
- Autres, précisez :

2. Nombre de followers ou d'abonnés par réseaux

Facebook :

Instagram :

Twitter :

Youtube :

Snapchat :

Autre :

Facultatif

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif 6. Réseaux sociaux 7. **Tourisme d'excursion** 8. Le territoire 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

1. Lieux de visites payants

Nombre de lieux de visites payants :

Votre principal lieu de visite payant a réalisé en n-1

- moins de 2 000 entrées
- entre 2 000 et 5 000 entrées
- entre 5 000 et 20 000 entrées
- entre 20 000 et 100 000 entrées
- plus de 100 000 entrées

Un lieu de visite doit pouvoir être défini au niveau de son périmètre (entrée - sortie). Ne sont donc pas intégrées les activités de plein, les pistes cyclables et autres activités.

Le nombre d'entrées est issu d'un système de comptage ou d'une estimation.

2. Lieux de visites non payants

Nombre de lieux de visites non payants :

Votre principal lieu de visite non payant a réalisé en n-1 :

- moins de 25 000 entrées
- entre 25 000 et 100 000 entrées
- entre 100 000 et 500 000 entrées
- entre 500 000 et 1 000 000 entrées
- plus de 1 000 000 entrées

Retour à l'onglet précédent

Valider les données et passer à l'onglet suivant

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif 6. Réseaux sociaux 7. Tourisme d'excursion **8. Le territoire** 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

1. Caractéristiques du territoire de compétence de votre OT

Nombre d'habitants selon l'INSEE :

Numéro de votre département. Ex : 66, 11, 64, 83...

Votre région

2. Offre en tourisme de séjour de votre territoire

Nombre de lits marchands

Une chambre d'hôtel = 2 lits. Un emplacement de camping = 3 lits.

Nombre de lits non-marchands :

= aux résidences secondaires et visible sur le site de l'INSEE

3. Fréquentation touristique de votre territoire

Nombre d'arrivées de touristes domestiques :

Nombre d'arrivées de touristes internationaux :

Facultatif

Nombre de nuitées touristiques marchandes :

Domestiques : **Facultatif** Internationales :

Données N-1

Retour à l'onglet précédent

Valider les données et passer à l'onglet suivant

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif 6. Réseaux sociaux 7. Tourisme d'excursion 8. Le territoire 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

1. Labels

Présence d'un ou plusieurs labels dans la liste non exhaustive suivante : Plus beau village de France, Station verte de vacances, Site remarquable du goût, Famille +, Pavillon bleu, Ville fleurie, etc.

No 1 label plus de 2 labels

Etes-vous dans une station classée ?

Oui No

2. Evènement

Nombre de festivals ou événements :

Présence d'un festival ou événement attirant plus de 50 000 personnes :

Oui Non

Présence d'un festival ou événement attirant plus de 100 000 personnes :

Oui Non

3. Attractions

Nombre d'éléments d'attractivité

Plages, musées, circuits de randonnée pédestre, monuments, sites historique, Parcs à thème... Ici on raisonne par catégories d'éléments, par exemple : 4 plages = 1 élément d'attractivité; 2 musées = 1 élément d'attractivité, etc.

4. Sites exceptionnels

Disposez-vous sur votre territoire d'un Grand Site et/ou d'un site inscrit au patrimoine UNESCO ?

Oui No

Si oui, merci de préciser :

le nombre de Grands Sites

www.grandsitedefrance.com

le nombre de sites inscrits au patrimoine mondial UNESCO :

5. Guide Vert Michelin

Y a-t-il une ville et/ou un site sur votre territoire indiquée dans le Guide O No

Merci de préciser combien de villes et de site sur votre territoire sont indiquées dans le Guide Vert Michelin :

Parmi eux, merci d'indiquer le nombre d'étoiles dont dispose votre ville ou site le mieux classé

Une étoile Deux étoiles Trois étoiles Plus de 3

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif 6. Réseaux sociaux 7. Tourisme d'excursion 8. Le territoire 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

Chaque type d'accessibilité de votre territoire correspond à différentes modalités de réponse. Vous ne pouvez cocher qu'une réponse par type d'accès. Choisissez celle qui vous caractérise le mieux en termes d'accessibilité en tenant compte du nombre de points de touristicité indiqué entre parenthèses.

1. Accès train

- Gare TGV hors du territoire et à plus de 30 km d'une frontière du territoire (1 point)
- Gare à plus de 30 km d'une frontière du territoire (1 point)
- Gare TGV hors du territoire mais à moins de 30 km d'une frontière du territoire (2 points)
- Gare à moins de 30 km d'une frontière du territoire (2 points)
- Gare sur le territoire (3 points)
- Gare TGV sur le territoire ou hors du territoire mais à moins de 10 km d'une frontière du territoire (5 points)

3. Accès routie

- Sortie autoroutière à plus de 30 km d'une frontière du territoire (1 point)
- Sortie autoroutière à moins de 30 km d'une frontière du territoire (3 points)
- Sortie autoroutière sur le territoire ou à moins de 10 km d'une frontière du territoire (5 points)

2. Accès aérien

- Aéroport domestique à moins de 60 km d'une frontière du territoire (2 points)
- Aéroport domestique sur le territoire (3 points)
- Aéroport domestique et international à moins de 60 km (5 points)
- Aéroport domestique et international sur le territoire ou à moins de 20 km d'une frontière du territoire (6 points)

4. Agglomérations à proximité du territoire

- Agglomération de taille < à 500 000 habitants à moins de 2 h de déplacement (en train ou en voiture) (2 points)
- Agglomération de taille < à 500 000 habitants à moins d'une heure de déplacement (en train ou en voiture) (3 points)
- Agglomération de taille > à 500 000 habitants à moins de 2 h de déplacement (en train ou en voiture) (3 points)
- Agglomération de taille > à 500 000 habitants à moins d'une heure de déplacement (en train ou en voiture) (4 points)

Retour à l'onglet précédent

Valider les données et passer à l'onglet suivant

Zoom sur le formulaire



Saisie de données

1. Identité OT 2. Fréquentation OT 3. Fonctions supports 4. Boutique, billetterie 5. Réceptif 6. Réseaux sociaux 7. Tourisme d'excursion 8. Le territoire 9. Attractivité 10. Accessibilité 11. Votre indice de touristicité

L'indice de touristicité mesure le potentiel touristique d'un territoire (sur une échelle de 0 à 100) à travers 4 dimensions : son accessibilité, son attractivité, son offre en tourisme de séjour et son offre en tourisme d'excursion. Chacune de ces dimensions intègre plusieurs facteurs.

Chaque facteur de touristicité (capacité en lits marchands et non marchands ; nombre de sites historiques ; accès aéroportuaires, ferroviaires et routiers...) est lié à un nombre de points qui permettent d'évaluer en définitive l'état des ressources touristiques du territoire.

Ce faisant, lorsqu'il dispose d'un indice de touristicité important (par exemple 79 ou 95) le territoire apparaît comme disposant de ressources touristiques plus conséquentes qu'une destination attestant d'un indice de touristicité de 24 ou 34.

Votre indice de touristicité

Tourisme de séjour

Nombre de points relatif à l'offre en tourisme de séjour de votre territoire (lits marchands)

Nombre de points relatifs à l'offre en tourisme de séjour de votre territoire (résidences secondaires) =

Nombre de points relatifs à votre taux de fonction touristique =

Votre taux de fonction touristique

(Nombre de lits marchands + nombre de lits touristiques non marchands) / population du territoire

Votre offre en tourisme de séjour =

Total maximum possible = 30

Attractivité

Nombre de points relatifs aux labels de votre territoire =

Nombre de points relatifs à la "station classée" =

Nombre de points relatifs aux Grands Sites et sites UNESCO =

Nombre de points relatifs aux éléments d'attractivité =

Nombre de points relatifs au Guide Vert Michelin =

Nombre de points relatifs aux événements =

L'attractivité de votre territoire =

Total maximum possible = 40

Tourisme d'excursion

Nombre de points relatifs à vos lieux de visites payants =

Nombre de points relatifs à vos lieux de visites non-payants =

Votre offre en tourisme d'excursion =

Total maximum possible = 25

Accessibilité

Nombre de points relatifs à l'accès en train à votre territoire =

Nombre de points relatifs à l'accès en voiture à votre territoire =

Nombre de points relatifs à l'accès en avion à votre territoire =

Nombre de points relatifs à la proximité de votre territoire avec des aéroports =

L'accessibilité de votre territoire =

Total maximum possible = 20

L'indice de touristicité de votre territoire =

Total maximum possible = 100 points

Sortir du formulaire et enregistrer les données

Campagne 2019



- **Les outils :**
 - **le formulaire de saisie des données**
 - **le guide opératoire**

- **Les dates :**
 - **lancement : 13 juin**
 - **deadline collecte : 31 juillet**
 - **restitution tableau de bord : dernier trimestre 2019**

Campagne 2019



- Les contacts :
 - OTF
 - Votre RT
 - Université : Laurent Botti - laurent.botti@univ-perp.fr
- Infos supplémentaires :
 - articles sur le club indicateurs :
 - <https://www.monatourisme.fr/club-indicateurs/>
 - https://www.ottnormandie.fr/resource_category/observation/
 - <http://mascotbfc.com/nos-services/observation.html>
 - <https://www.offices-de-tourisme-de-france.org/actualites/touristicite-des-territoires-le-club-des-indicateurs-otf-est-sur-les-rails>

Le projet PILOT : pour qui et pour quoi faire ?



PILOT = outil en ligne permettant d'agrèger les données du Club Indicateurs, de recruter plus d'OT, d'aller plus loin sur les données récoltées et sur le traitement des indicateurs

Création par la commission observatoire d'Offices de Tourisme de France d'un cahier des charges pour trouver un prestataire proposant ce type de solution technique.

Objectifs :

- Pour les OT : avoir des indicateurs pour sa structure et son territoire, se situer, identifier les pistes de progrès...avec un outil simple d'usage, ergonomique et permettant de traiter les données rapidement
- Pour les RT et OTF : mieux connaître et animer son réseau, valoriser le poids du réseau, disposer de chiffres clés en temps réel, apporter des conseils aux Collectivités Territoriales et aux élus, aider à piloter les projets territoriaux, apporter son expertise aux élus...



C'est Parti !