



# CONVERGENCES 2021

Rencontres Partenariales du Comité Régional  
du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie

L'EUROPE S'ENGAGE  
L'OCCITANIE AGIT



Projet cofinancé par  
l'Union européenne.  
L'Europe s'engage avec  
le Fonds européen de  
développement régional.

 **ccitanie**  
Sud de France

[tourisme-occitanie.com](http://tourisme-occitanie.com)

# Des chiffres et des clés

« *Décryptons l'activité  
touristique en Occitanie* »

*Dominique Thillet  
Tyana Mouzdalifa  
Claire Barbanceys*



# Mémento du tourisme en Occitanie : chiffres clés 2019



## Défis

- Comprendre, analyser, suivre et anticiper les évolutions d'une activité complexe et diffuse, à l'échelle d'une région grande comme un pays.
- Accompagner les acteurs du tourisme en développant pour eux des outils d'aide à la décision...



# Observer, comprendre... Pour qui ? Pourquoi ?

→ *Ils cherchent des clés...*

- Les entreprises touristiques
- Les organismes de tourisme (ADT, OT, ...)
- Le Conseil Régional
- Les élus
- Les porteurs de projets
- Les journalistes
- Les étudiants
- Les habitants

→ *...pour :*

- Comprendre
- Se situer
- Piloter leur activité



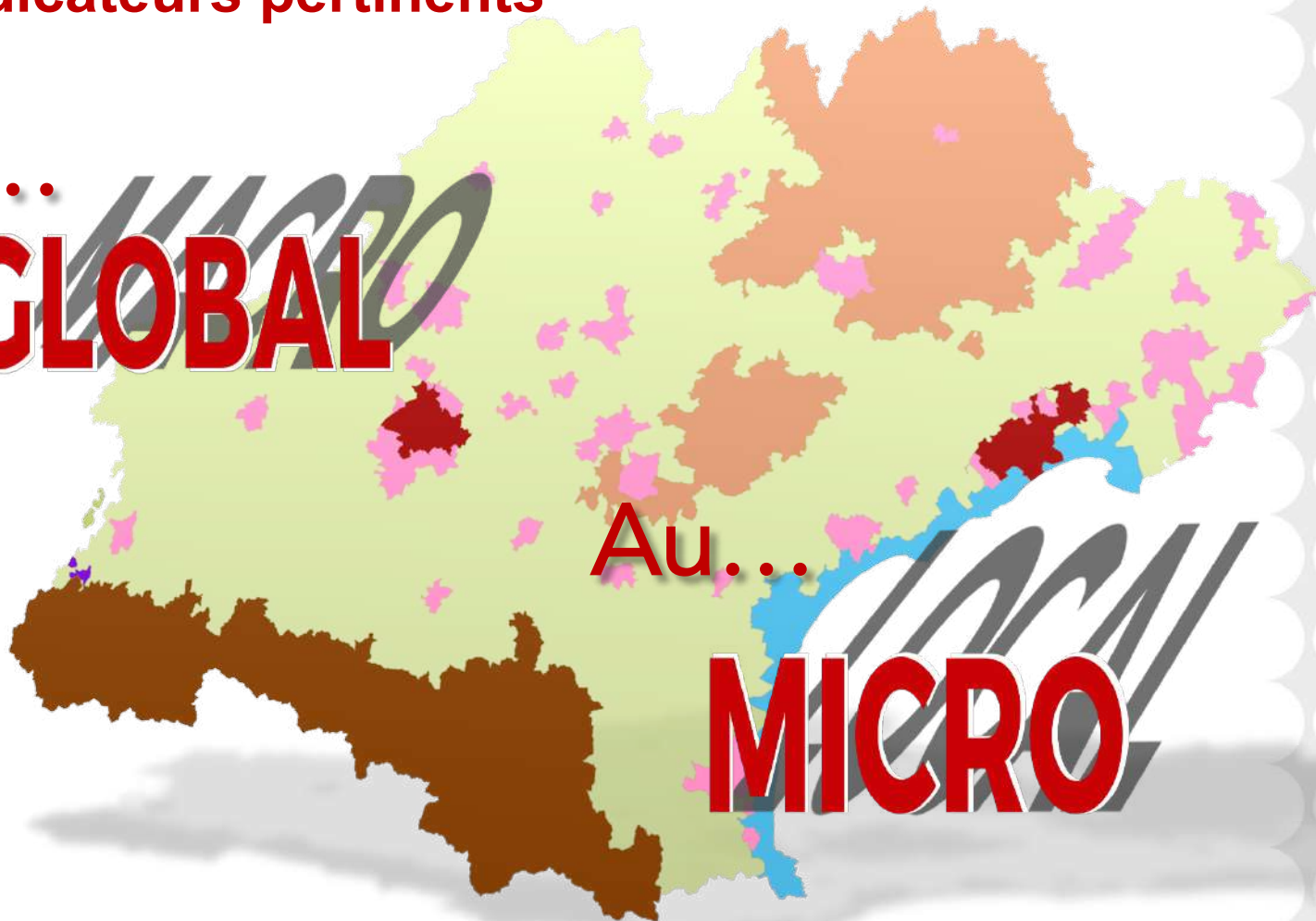
# Des indicateurs pertinents

Du...

**GLOBAL**

Au...

**MICRO**



# 3D Dimensions à l'analyse

- Une approche territoriale à travers les univers de destinations, les GSO...
- Une approche économique à travers les entreprises, l'emploi
- Une approche thématique à travers les commissions, les filières

## Croisées avec des familles d'indicateurs de mesure et de suivi

- Identification de l'offre
- Fréquentation, Flux
- Clientèles
- Consommation, mesures économiques
- Tendances

- Mieux connaître l'offre dans toutes ses dimensions et ses composantes
  - Identifier plus largement l'offre touristique (hébergement, patrimoine, loisirs...), mieux en comprendre les évolutions... et la rendre plus visible (accessible) pour les clients.
  - Analyser l'essor exceptionnel du locatif en plateforme et son influence sur l'offre traditionnelle.
- Suivre les tendances et les évolutions des clientèles
  - Établir un lien direct et permanent avec le marché en écoutant la « voix des clients »
  - Tourisme durable : subir les conséquences d'une nécessaire adaptation ou réinventer le voyage ?
- Se doter d'indicateurs économiques plus pertinents
  - Faire évoluer notre « logiciel » pour passer de la seule nuitée comme indicateur de référence à des données plus précises sur la consommation, voire le tissu économique.
  - Analyser toutes les dimensions de l'emploi touristique (salarié, non salarié, saisonnier)

# 3D pilote 3 chantiers prioritaires du CRT

- Répondre aux enjeux de la data → le Hub d'Information Touristique
- Mettre en œuvre de nouveaux outils d'évaluation et de mesure de l'économie touristique
- Initier une stratégie collective de prospective et d'innovation à la hauteur des enjeux







# Une organisation territoriale en réseau avec nos partenaires



- Un travail **en transversalité au sein du CRTL entre pôles** : Marketing & Attractivité, Communication & Rayonnement, Ingénierie de l'offre, Partenariats & Performance collective
- Un travail **en réseau avec nos partenaires des territoires** : le réseau régional des observatoires, le réseau régional d'information touristique...
- Un travail de **collaboration avec les partenaires institutionnels et privés des différentes filières** : les commissions thématiques du CRTL, les clubs...
- Un travail **régulier avec la Direction du Tourisme et du Thermalisme de la Région** : Observation, Grands Sites d'Occitanie, ...
- Et **des échanges, des temps de réflexion et partage au niveau national** avec les groupes de travail Observatoire d'ADN Tourisme, avec DataTourisme,...



# Des chiffres et des clés

« *Décryptons l'activité  
touristique en Occitanie* »

L'approche économique  
à travers les  
entreprises,  
l'emploi



# Le Mémento aborde :



- Le poids économique du tourisme
- La question de l'emploi touristique
- Les atouts et le ranking de l'Occitanie
- Le bilan de l'année 2019
- Les enquêtes thématiques qui alimentent la vision stratégique
- Les clientèles
- La fréquentation, les flux
- La consommation
- Les espaces de destination
- L'hébergement
- Les activités et les thématiques
- Les enjeux du tourisme durable
- Les perspectives du tourisme

# Le tissu économique du tourisme

## Une activité transversale

- Des entreprises 100% touristiques : biens et services majoritairement consommés par des touristes

*Hébergements, services de voyages, remontées mécaniques,...*



- Des entreprises partiellement touristiques

*Transports, activités de loisirs, certains commerces,...*



# Qui, quoi, combien ?

Identifier l'offre touristique :

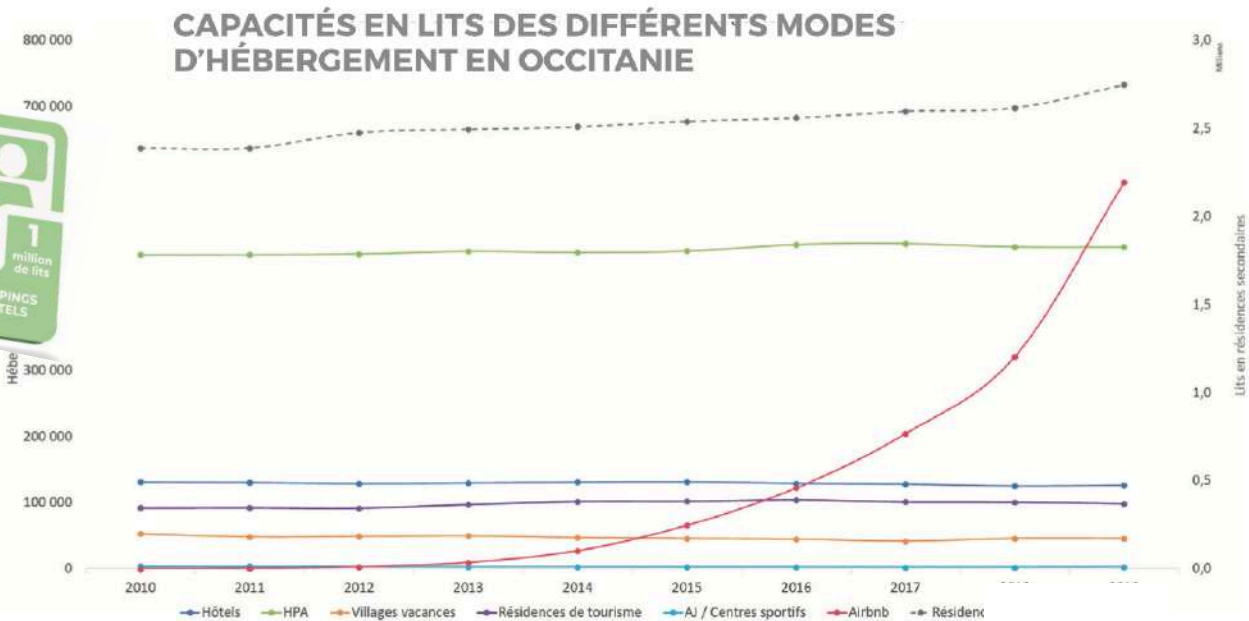
A partir du système régional de mutualisation des SIT,  
complété par différentes sources



# Qui, quoi, combien ?

## Analyser l'offre touristique

En constituant une Base de Données Territoriale (BDT)



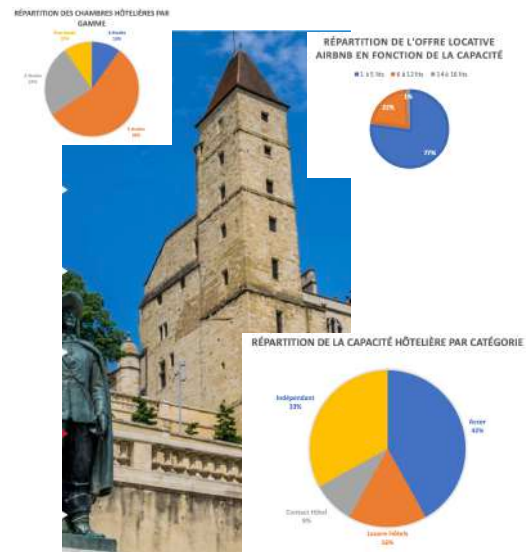
Sources : données INSEE, DGCIS, AirDNA, CRT

# Qui, quoi, combien ?

## Analyser l'offre touristique

La BDT : outil d'aide à la décision à disposition des territoires, des bureaux d'études, des porteurs de projets,...

*Exemple de l'OT du Grand Auch : analyse de l'hébergement marchand*



# Un modèle d'observation économique

## *Estimer la consommation touristique*

Deux méthodes :

- Approche par la consommation
- Approche par la production

Malgré une **approche par la consommation** qui se base sur l'activité des visiteurs sur le territoire, nous pouvons déduire que les dépenses générées par les visiteurs sont au bénéfice des entreprises.



# Un modèle d'observation économique

*Un modèle basée sur l'offre et d'autres sources*

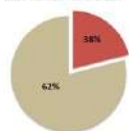
- Volet de l'offre : Base de données territoriale (BDT), Insee (population, ménages, résidences secondaires)
- Nuitées hôtelières : Insee (hôtels, campings, AHCT)
- Nuitées locatives : AirDNA, BDT
- Non-marchand : application de ratios (panel habitants)
- Applications de ratios pour prendre en compte les spécificités régionales

# Un modèle d'observation économique

## Les champs d'applications

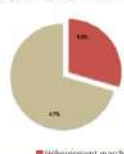
### CAPACITÉ D'ACCUEIL

11 200 lits touristiques  
106 établissements  
2380 lits marchands  
8860 lits non marchands



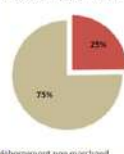
### NUITÉES TOURISTIQUES

994 000 nuitées  
126 000 nuitées marchandes  
868 000 nuitées non marchandes



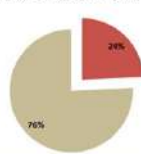
### TOURISTES

165 200 Touristes  
41 000 en hgt marchand  
124 200 en hgt non marchand



### DÉPENSES TOURISTES

20 M€ TTC dépensés  
4 M€ TTC en hgt marchand  
16 M€ TTC hgt non marchand



### Repères économiques sur les activités caractéristiques du tourisme (Activités 100% touristiques DADS et DGCS)

#### EMPLOIS

640 emplois  
5 % des emplois du  
périmètre considéré

#### PRODUCTION DES ENTREPRISES

51 M d'€ HT de CA  
21 M d'€ HT de VA créée  
Taux de VA de 42%

Taux de valeur ajoutée brute	
Secteur	Taux de production*
Agriculture	3,40%
Commerce	51,19%
Construction	3,40%
Industrie	13,10%
Service	24,90%

\* Base 2000  
Source : INSEE 2009

Sources : CRI MIP - ADT09 - Alsace/Alsace - Acois - Mémento 2013 DGCS

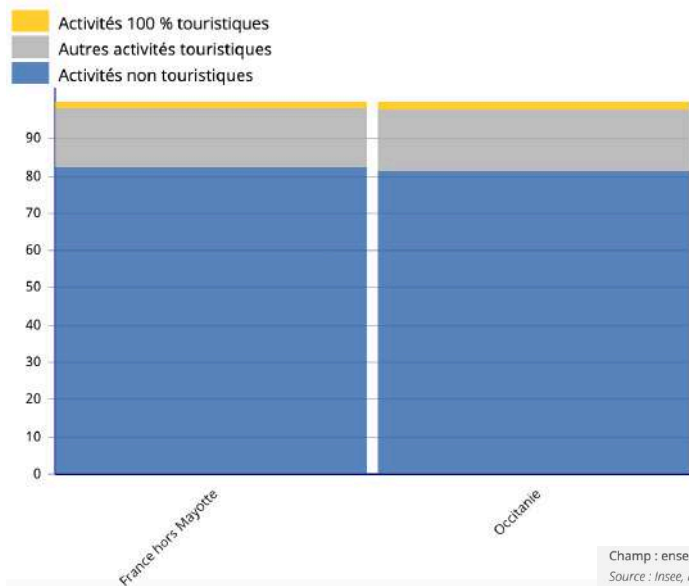
Univers de destinations	Population	Lits touristiques*	Lits par habitants	Nuitées*	Nuitées/lits	Consommation	Emplois
Massif central	2%	6%	2,5	4%	28,3	4%	1%
Pyénées	3%	11%	4,4	7%	22,6	7%	7%
Montpellier métropole	8%	3%	0,5	7%	73,4	7%	11%
Toulouse métropole	13%	5%	0,4	10%	74,1	12%	24%
Littoral	7%	29%	4,7	23%	30,0	19%	12%
Urbain hors métropole	29%	11%	0,4	20%	64,7	23%	30%
Campagne	38%	35%	1,0	29%	30,2	28%	15%
Total	100%	100%	1,1	100%	36,6	100%	100%

# La mesure de l'emploi touristique

## Un secteur lié à différents secteurs d'activités

(codes NAF) :

- Les activités caractéristiques du tourisme
- Les activités partiellement liées au tourisme



### EMPLOIS TOURISTIQUES : RÉPARTITION DES MÉTIERS



Source Ursaff 2016

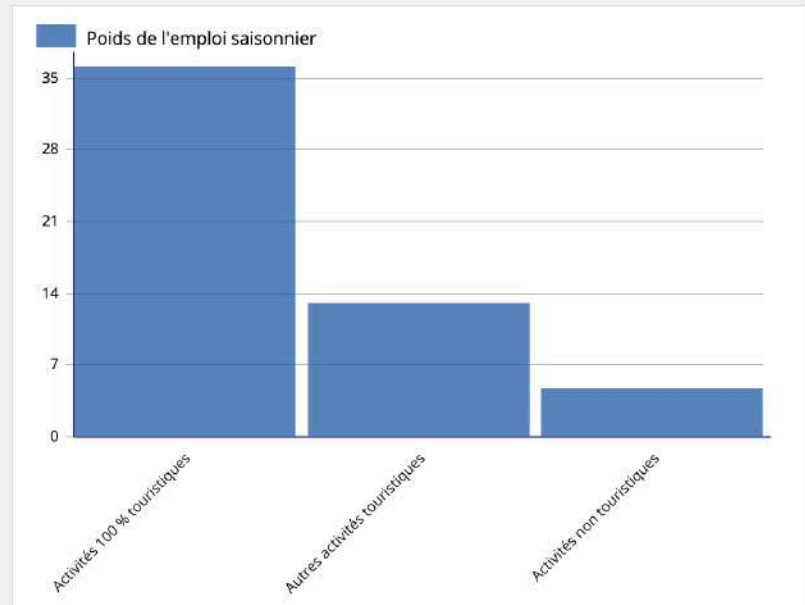
# La mesure de l'emploi touristique

Un secteur lié à différents secteurs d'activités :

Et qui concentrent :

- Des salariés du secteur privé / public
- Des non-salariés
- Des saisonniers
- Des pluri-actifs

Poids de l'emploi saisonnier dans l'emploi du secteur



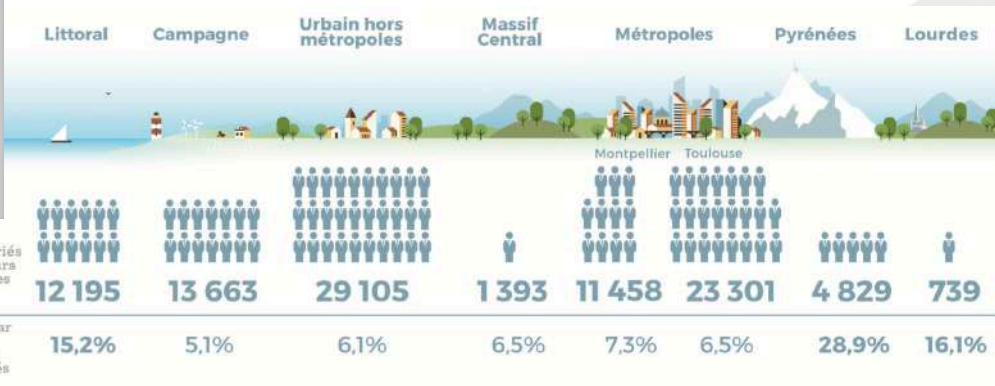
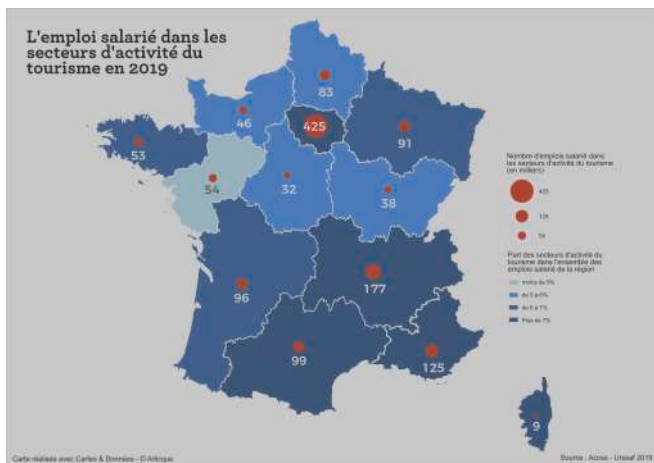
Champ : ensemble des salariés hors contrats d'apprentissage, stagiaires et élus.

Source : Insee, Fichiers Tous salariés 2017

# Le mesure de l'emploi touristique

## Différentes sources et méthodes :

- Base de données Sequoia (Acosse Urssaf)



# Le mesure de l'emploi touristique

## Différentes sources et méthodes :

- Insee : DSN, Estel, Recensement Général de la Population,...
- Pôle Emploi
- Estimation du nombre d'ETP générés par les visiteurs

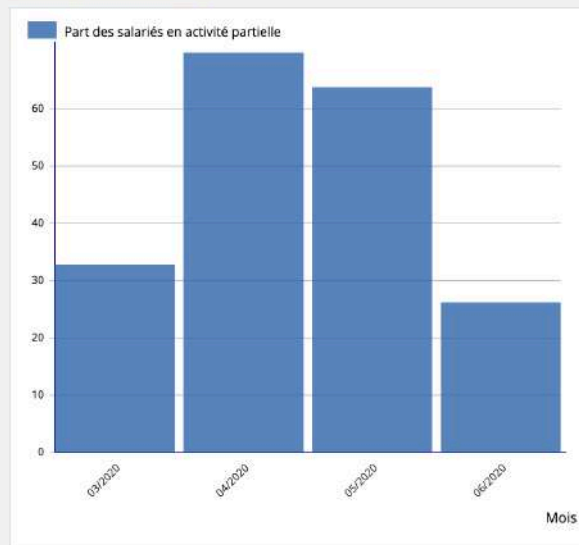


**Une saisonnalité très marquée**

**64%** des projets de recrutement sont saisonniers

Sources : STMT Offres et Enquête Besoins en Main d'Oeuvre 2020

Part des salariés du secteur hébergement-restauration en situation d'activité partielle (en %)



Avertissement : données arrêtées au 21 août 2020

sources : DSN

# Le suivi de l'activité touristique

## Les entreprises touristiques : sources du baromètre régional

Le dispositif d'enquête de conjoncture régionale mutualisé avec l'ensemble des départements

Enquête mensuelle d'avril à octobre auprès de plus de 13500 entreprises. L'objectif de cette enquête est d'avoir le ressenti des prestataires sur le mois qui vient de s'écouler. Plus de 15500 réponses sur la période estivale 2020.

3 clics avec des officines pour réaliser ce message. [plus...](#)



Bonjour,

En partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Occitanie, Gard Tourisme lance son enquête de conjoncture pour le mois de Septembre 2021 afin d'évaluer les tentatives de l'activité touristique, mais également votre ressenti suite à la crise sanitaire que nous traversons.

Toutes vos informations sont strictement confidentielles et ne feront l'objet d'aucune communication à titre individuel.

Nous vous invitons à répondre en cliquant sur le lien ci-dessous avant le Mardi 6 Octobre 2021 :

[Pour commencer le questionnaire cliquez ici.](#)

Vous recevrez notre note de synthèse pour chaque vague d'enquête.  
Nous vous remercions vivement pour votre participation.

Barbara PIAZZI - Responsable service Observatoire

ENQUÊTE DE CONJONCTURE  
HOTEL LA MONTAGNE FLEURIE

Destination  
occitanie

Comment jugez-vous votre fréquentation par rapport au mois de Octobre de l'année dernière ?

Supérieure Equivalente Inférieure Non renseigné

Compte tenu du contexte actuel, avez-vous constaté des changements dans les profils de votre clientèle ?

Individuels				
Domestiques				
Famille				
Francs				
Etrangers				
Retourés				

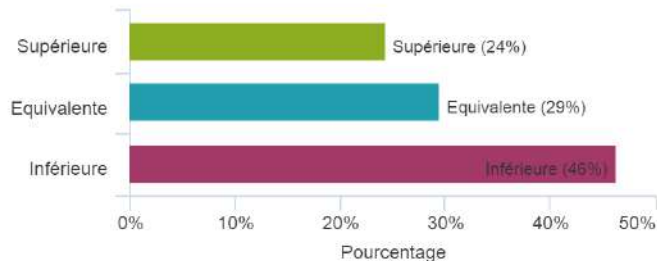
Précédent Suivant

# Le suivi de l'activité touristique

## Les entreprises touristiques : sources du baromètre régional

- Les principaux indicateurs : la fréquentation, les clientèles, l'activité, le panier moyen, VERBATIMS.
- Apparition de nouveaux indicateurs dans le contexte de crise : ouverture, recrutement, réservations futures, baisse de CA.

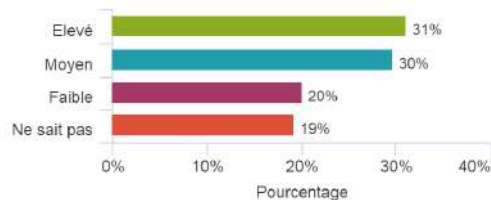
Comment jugez-vous votre fréquentation par rapport au mois de Juillet de l'année dernière ?



Souhaitez-vous nous dire autre chose ?



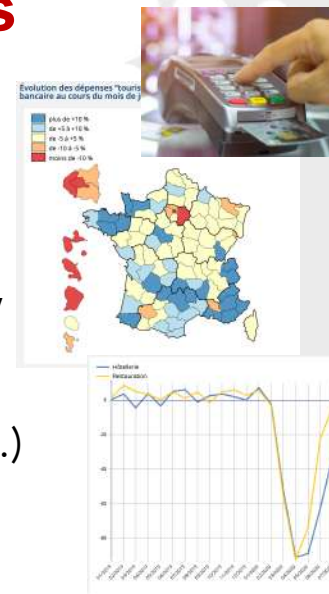
Comment jugez-vous votre niveau des réservations pour le mois d'Août ?





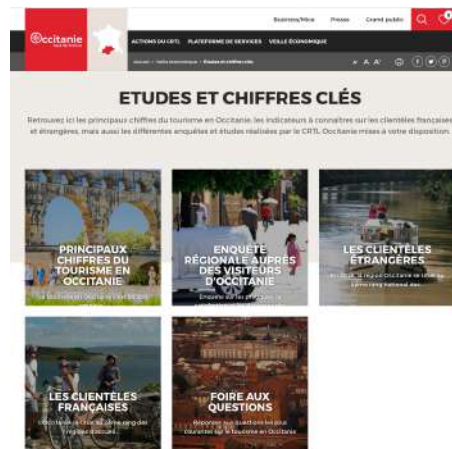
# Des pistes de réflexion et expérimentations

- Mesure de l'impact économique primaire et secondaire d'un site touristique sur un territoire
- Dépenses touristiques par carte bancaire (Insee, La banque populaire, ...)
- Evolution, estimations du CA (Insee, Moët, enquête de conjoncture,...)
- Identifier les ouvertures / fermetures d'entreprises (secteur, taille, ancienneté,...)
- Chantier autour de nouveaux outils d'évaluation et de mesure de l'économie touristique



# 3D Pour en savoir plus...

- Pour retrouver toutes les publications de l'observatoire du Pôle 3D du CRTL Occitanie : <https://pro.tourisme-occitanie.com/veille-economique/etudes-et-chiffres-cles>
- Pour toute question n'hésitez pas à contacter notre équipe Observatoire : [observatoire@crtoccitanie.fr](mailto:observatoire@crtoccitanie.fr)





# Nos prochains ateliers « Convergences »...

- **Suivre l'activité touristique en période de de crise :**
  - Mardi 10 novembre à 10h
- **Un outil d'observation et de pilotage de la destination : l'outil PILOT :**
  - Mardi 10 novembre à 16h
- **Mettre la data en mouvement : vers le Hub d'Information Touristique d'Occitanie**
  - Mardi 10 novembre à 11h
  - Jeudi 12 novembre à 11h
- **Des chiffres et des clés - Décryptons l'activité touristique**
  - Jeudi 12 novembre à 9h : Approche par filières, thématiques et tendances
- **Comprendre et analyser les données FluxVision Tourisme**
  - Mardi 10 novembre à 15h
  - Jeudi 12 novembre à 15h
- **Le tourisme des 15-25 ans (avec Pôle Marketing)**
  - Jeudi 12 novembre à 11h et à 15h





**MERCI DE VOTRE ATTENTION**