



Tourisme Data Hub

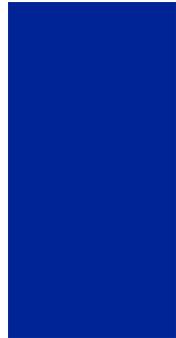
Intervention aux Convergences Touristiques 2022

9 novembre 2021

A TOUT
FRANCE
Agence de développement
touristique de la France

En préambule

Quel est le point commun entre ces deux pays ?



A la rareté s'ajoutent la confusion et le manque de lisibilité

1

Ere des événements exceptionnels et imprévisibles, des « cygnes noirs » aux « rhinocéros gris »

- Les modèles de prévisions linéaires, basés sur une perpétuation des tendances du passé ne sont plus opérants

3

Raréfaction de l'information, par le contrôle des nouveaux intermédiaires...

- Plate-formes de réservation, agrégateurs, réseaux sociaux : ces nouveaux intermédiaires compilent, et préservent jalousement leurs jeux de données sur les comportements des voyageurs

2

Les transformations lourdes de l'économie touristique

- Changement climatique, prix des matières premières, enjeux politiques, attentes des nouvelles générations rendent caducs les outils traditionnels de suivi des tendances

4

... mais également prolifération incontrôlée de données de mauvaise qualité

- Le débat public est parasité par la multiplication d'analyses reposant sur des données non-sourcées et non vérifiées

Mais avant tout, pourquoi déjà se préoccuper de ces fameuses « data » ?

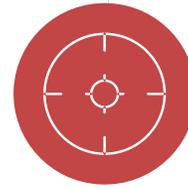
**Suivre les comportements touristiques
et anticiper leurs évolutions**



**Exploiter pleinement le potentiel
économique de la filière et créer
de nouvelles opportunités**

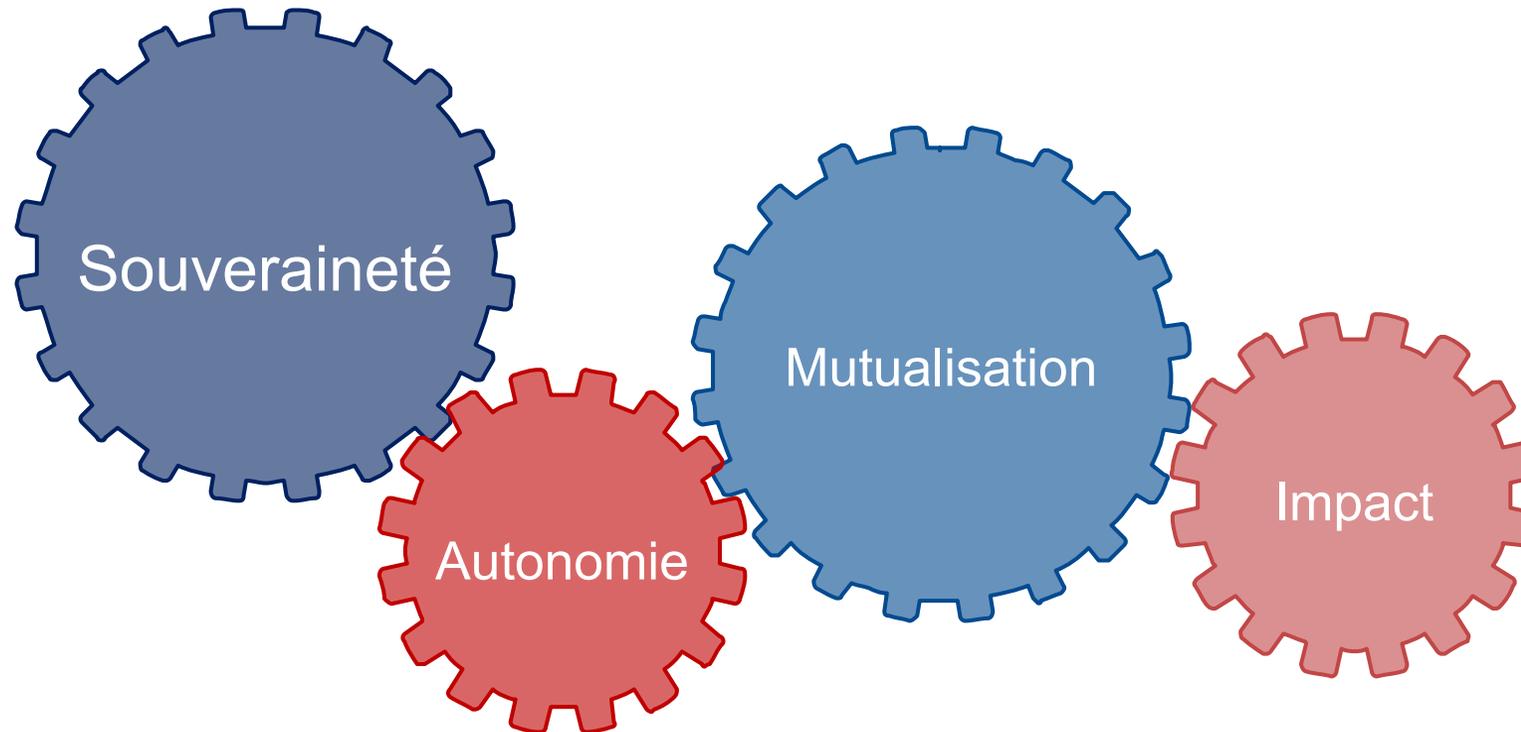


**Accompagner la montée en
gamme de l'offre et des
destinations**



**Piloter la transition écologique des
filières touristiques**

4 enjeux au cœur des engagements du Tourisme Data Hub



Data Hub Tourisme : pourquoi faire ?



Collecte et traitement de données complexes

Le data hub permettra le traitement et la mise en commun pour la filière des jeux de données jusqu'à présent trop complexes pour être exploités : réservations, avis, transport ferroviaire, usage des mobilités douces...



Mutualisation et enrichissement de données

Le data hub proposera des interfaces personnalisées permettant d'harmoniser les données et les croiser avec celles produites par d'autres opérateurs



Création d'indicateurs et d'analyses inédites

La filière aura la main sur un outil souverain, transparent et à la gouvernance partenariale pour produire des indicateurs innovants : conjoncture avancée, inclusion sociale, emploi saisonnier, impact environnemental...



Valorisation économique des données

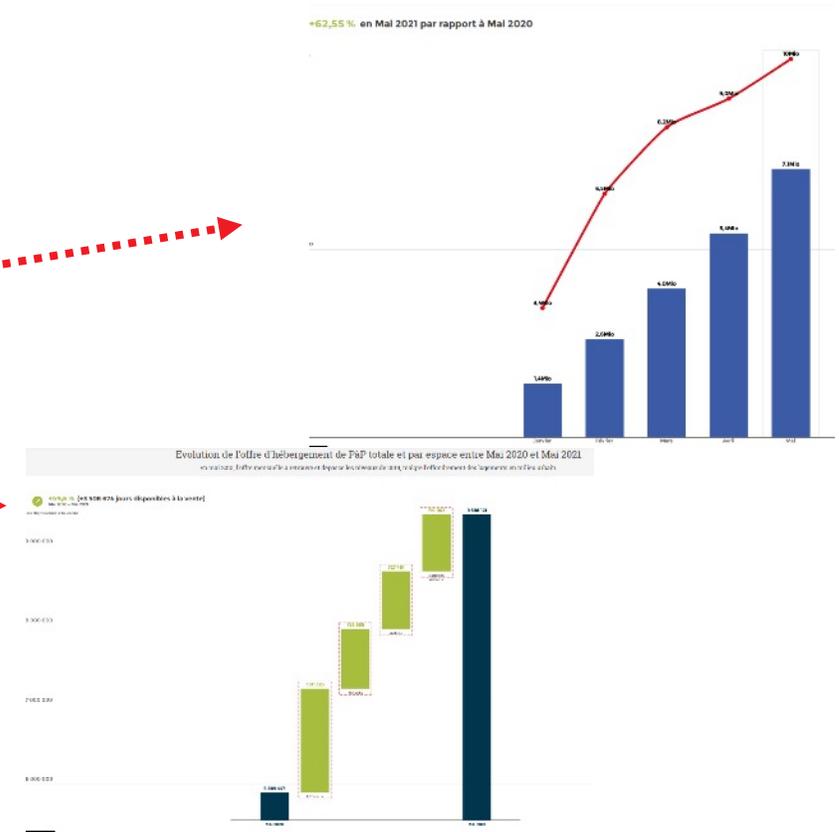
Les données produites dans le data hub seront à disposition des professionnels de la filière (opérateurs publics, privés, start-ups...) pour développer des services à forte valeur ajoutée (revenue management, pricing, transformation écologique, marketing stratégique...)

Un baromètre conjoncturel à destination des professionnels du tourisme

Page d'accueil du Baromètre



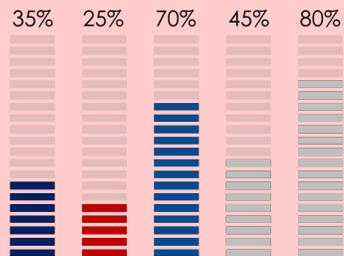
Visions détaillées par indicateur



Et concrètement...

Avec une déclinaison territoriale forte

Indicateurs nationaux spatialisés
(transport aérien, consommation internationale, intentions de voyage...)



Indicateurs inédits
(baromètres réservation HPA, carte bancaire, empreinte environnementale)

Etudes et achats mutualisés
(OTA, télécommunications, PàP...)



Données territoriales harmonisées
(produites localement)

Benchmarks européens et territoriaux

Données prévisionnelles
(prévisions de réservations, flux, études d'impact...)

Et concrètement...

Un champ large d'applications potentielles

01

**Suivi et simulation
des émissions de
GES
+
Cartographie des
risques**



02

**Impact social du
tourisme**



03

**Baromètre
Conjoncturel
Territorial**



04

**Données
ferroviaires et
mobilités douces**



Contacts

Hugo Alvarez | Responsable stratégie et prospective

hugo.alvarez@atout-france.fr
