

Compte rendu atelier « Observatoire »

Rencontres du tourisme 2024

1 - Résumé des actions réalisées depuis le début de l'année 2024 et des actions à venir :

A – Constitution d'un groupe de travail :

Composition du groupe :

- 1 professionnel du tourisme partenaire de l'office de tourisme pour chaque catégorie socio-professionnelle (1 hébergeur, 1 restaurateur...),
- Élus,
- Techniciens.

Objectif de ce groupe : échanges d'idées et validation des actions à mettre en place. (2 réunions ont déjà eu lieu).

B - Mise en place d'un tableau de bord de la destination sur un logiciel adapté : le tableur « Excel ». Il s'agit d'un document interne à l'office de tourisme.

Composition du tableau de bord :

➤ **L'offre :**

- **Recensement de l'offre** sur l'ensemble du territoire : Hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités et de loisirs, producteurs de terroir, sites culturels et patrimoniaux, thermalisme, grands événements, espaces naturels, piscines, bureaux d'information touristique, les établissements classés, labellisés et marqués.

- **Par quel moyen ?** : Données en interne et données récoltées auprès de nos partenaires (services développement économique, agriculture, développement durable, sig de la CCV, communes du territoire...)

Objectif : Avoir une connaissance de l'offre sur le territoire la plus exhaustive possible,

➤ **L'activité touristique du territoire** = observatoire quantitatif

- **Recensement des données chiffrées provenant :**

* de nos professionnels du tourisme (cf. professionnels mentionnés dans le recensement de l'offre) ainsi que leur ressenti de fréquentation,

* du logiciel « taxe de séjour »

* de l'office de tourisme.

- **Par quel moyen ?** : Ces données et ressentis proviendront des enquêtes de conjoncture mensuelles envoyées en interne aux professionnels du tourisme (annuelles pour les producteurs de terroir). Ces enquêtes proposent un maximum de 10 questions pour un traitement plus rapide. Elles seront transmises par mail à compter de la 1^{ère} semaine de juin 2024 (1^{ère} semaine de janvier 2025 pour les producteurs de terroir).

Objectif : Avoir une connaissance de l'activité touristique sur le territoire,

➤ **L'analyse de la clientèle** = observatoire qualitatif

- Recensement des données propres à la clientèle de passage ou en vacances sur le territoire. Ces données permettront de connaître le profil, le comportement et le niveau de satisfaction de la destination de la clientèle touristique.

- **Par quel moyen ?** : Cette analyse s'effectuera par le biais d'enquêtes clientèles mises à disposition chez les hébergeurs et les sites touristiques du territoire à compter du 1^{er} juin 2024.

Objectif : Avoir une connaissance fine de la clientèle touristique présente sur le territoire.

C – Objectifs de la création d'un tableau de bord de la destination = Création de documents personnalisés à destination de toute personne qui en ferait la demande.

- **Par quel moyen ?** :

* Établir une **note de conjoncture mensuelle** à l'attention des professionnels du tourisme avec des données clés.

État d'avancement : Cette note devrait débuter en juin 2024.

* Produire des documents comprenant des données utiles aux élus, porteurs de projets...

À venir

Objectifs :

* Recenser les informations utiles aux professionnels du tourisme, à la décision des élus, à l'implantation de porteurs de projets...

* Appuyer les décisions relatives à la stratégie de communication.

2- Votre avis sur cette mise en place :

* Pour les enquêtes de conjoncture :

- Ajouter une question sur les problématiques rencontrées.

* Pour les enquêtes clientèles :

- Ajouter la question climatique.

3 - Exemple de restitution des données en faveur de nos professionnels : note de conjoncture mensuelle en interne :

* Exemple de note de conjoncture établie par les Pyrénées Ariégeoises.

* Adapter cette note à notre territoire. Pour cela, le groupe de travail a validé les données à faire figurer sur celle-ci : contexte météo, chiffres clés de l'office de tourisme, données chiffrées des structures muséales, patrimoniales et des thermes, fréquentation départementale, ressenti des professionnels (suite aux enquêtes de conjoncture).

4 – Concernant la proposition de note de conjoncture adaptée au territoire, y'a-t-il d'autres données intéressantes à exploiter selon vous ? :

* Ajouter les « Centres d'intérêts » majeurs de la clientèle ainsi que le « Panier moyen ». Ces données proviendront des enquêtes clientèles.

5- Résumé des indicateurs mis en place pour les enquêtes clientèles et de conjoncture validés par le groupe de travail et ajustés lors de l'atelier :

➤ Indicateurs enquêtes de conjoncture

Hébergeurs	Restaurateurs	Prestataires d'activités et de loisirs	Thermes	Sites culturels et patrimoniaux	Communes du territoire pour Espaces naturels	Producteurs de terroir		
Catégorie d'hébergements : camping, meublé...	Catégorie de restaurateurs : restauration rapide, traditionnelle...	Catégorie de prestataires : activités de loisirs et de plein air, activités de loisirs indoor	Identification de la station thermale	Identification du site	Identification du site / structure	Catégorie de producteurs : éleveur, apiculteur...		
Niveau d'activité / rapport au même mois N-1	Niveau d'activité / rapport au même mois N-1	Niveau d'activité / rapport au même mois N-1	Niveau d'activité / rapport au même mois N-1	Niveau d'activité / rapport au même mois N-1	Nombre d'entrées	Récolte/production par rapport à l'année précédente		
Fréquentation des clientèles dans l'établissement / rapport au même mois N-1 : Clientèle de proximité, française, étrangère...	Fréquentation des clientèles dans l'établissement / rapport au même mois N-1 : Clientèle de proximité, française, étrangère...	Fréquentation des clientèles dans l'établissement / rapport au même mois N-1 : Clientèle de proximité, française, étrangère...	Nombre d'entrées / tranches d'âge	Fréquentation des clientèles dans l'établissement / rapport au même mois N-1 : Clientèle de proximité, française, étrangère...	Niveau d'activité / rapport au même mois N-1	Par rapport à N-1, quel est l'évolution des ventes		
Segment de clientèle : en famille, en groupe, en couple...	Segment de clientèle : en famille, en groupe, en couple...	Évolution du panier moyen des clientèles dans l'établissement / rapport au même mois N-1	Fréquentation des clientèles dans l'établissement / rapport au même mois N-1 : Clientèle de proximité, française, étrangère...	Nombre d'entrées	La fréquentation du site/structure a-t'elle été impactée par les conditions climatiques	Réalisation des ventes : marchés, boutique, internet.... ?		
Provenance de la clientèle Française	Évolution du panier moyen de consommation des clientèles dans l'établissement / rapport au même mois N-1	La fréquentation de l'établissement a-t'elle été impactée par les conditions climatiques	Nombre d'entrées / rapport à la provenance de la clientèle	La fréquentation du site a-t'elle été impactée par les conditions climatiques		Quel est le produit en tête des ventes ?		
Provenance de la clientèle Étrangère	Évolution des tendances de consommation de l'établissement / rapport au même mois N-1 : + de menu, + de plats à la carte...	Avez-vous rencontré des problématiques ce mois-ci ?	Top 5 clientèle / département, / région et / pays	Avez-vous rencontré des problématiques ce mois-ci ?		Évolution de la clientèle : nouveaux clients, nouveaux marchés...		
Fréquentation de la clientèle "Vélo"	Comment s'annoncent les réservations pour le mois à venir ?		Comment s'annoncent les réservations pour les 3 mois à venir ?			Travaillez-vous avec des prestataires locaux ?		
Évolution du panier moyen des clientèles dans l'établissement / rapport au même mois N-1	La fréquentation de l'établissement a-t'elle été impactée par les conditions climatiques		La fréquentation de l'établissement a-t'elle été impactée par les conditions climatiques			Avez-vous été impactés par les conditions climatiques (sécheresse et manque d'eau) ?		
Comment s'annoncent les réservations pour les 3 mois à venir ?	Avez-vous rencontré des problématiques ce mois-ci ?		Nombre d'entrées spa thermal			Avez-vous rencontré des problématiques cette année ?		
La fréquentation de l'établissement a-t'elle été impactée par les conditions climatiques			Avez-vous rencontré des problématiques ce mois-ci ?					
Avez-vous rencontré des problématiques ce mois-ci ?								
Enquêtes mensuelles (à partir de mai 2024) <i>l'envoi de l'enquête pour le mois de mai 2024 se fera la 1ère semaine du mois de juin 2024 et ainsi de suite</i>					Enquête période estivale <i>Enquête envoyée début octobre</i>	Enquête annuelle <i>Enquête envoyée début janvier</i>		

➤ Indicateurs enquêtes clientèles

Chez les hébergeurs	Dans les sites culturels / patrimoniaux
	Établissement dans lequel est effectué le sondage
Tranche d'âge	
Provenance (clientèle française, étrangère)	
Choix de la destination Vallespir	
Découverte de la destination	
Type d'hébergement	
Segment de clientèle (Entre amis, en famille....)	
Durée du séjour	
Facteur du séjour : condition climatique (Temps ensoleillé et chaud)	
Budget total alloué aux vacances + montant alloué aux loisirs	
Appréciation globale sur l'expérience en Vallespir	
<p>Mise en place d'un jeu concours pour les participants avec possibilité de gagner 1 séjour en Vallespir d'une valeur de 500€ !</p>	
<p>Enquêtes annuelles <i>(Pour cette année, à partir du 1er juin 2024)</i></p>	

6- Remarques diverses évoquées par les socio-professionnels pendant l'atelier :

- Manque d'informations en termes d'animations lesquelles arrivent souvent trop tard.
- Demande de mutualisation des campagnes de promotion Pros/OT.
- L'OT pourrait-il faire le relais sur la demande de réouverture des Gorges de la Fou ?
- Les visiteurs ont utilisé quels mots clés pour effectuer les recherches sur internet ? (Par exemple : « Hôtel », « Chambre d'hôte » ... ?)
- Comment vont être récoltées les disponibilités des hébergements cet été concernant les campings, chambres d'hôtes et hôtels ?
- Relever le déficit d'image du Vallespir. Le choix de la destination ne doit plus se faire au hasard.
- L'OT peut-il proposer un stand, style « Pot d'accueil », le 28 mai prochain au camping St Martin lors d'un tournage « Bienvenue au Camping ».