



Qui sont réellement les touristes qui visitent la France ? Flux Vision Tourisme a la réponse



Tourisme et Territoires (ex RN2D), le réseau qui rassemble les Agences départementales de Développement Touristiques (ADT) mérite un coup de chapeau. Associé à l'opérateur Orange qui utilise les données de géolocalisation de ses 42 millions d'abonnés, en tout anonymat bien sûr, le réseau vient de développer un outil d'analyse statistique assez fin pour permettre non pas le bilan habituel à postériori d'une saison, mais une photographie en temps réel de la fréquentation touristique d'une ville, d'un département, d'un événement ou d'un site culturel urbain ou non.

Flux Vision Tourisme (FVT), d'abord testé dans les Bouches du Rhône, est déjà utilisé par 46 agences départementales et les résultats sont plutôt impressionnants.

Pour les départements qui ont été à l'origine de cette innovation, on ne discutera pas de leur bonne foi car ils ont commencé par prendre une sacrée douche froide.

A Béziers, par exemple, on estimait à plus de 500 000 personnes le nombre d'afficionados présents en ville lors de la Féria. Eh bien, tout compte fait, c'est le cas de le dire, il n'y en avait que 273 000 en 2015 contre 322 600 en 2014 !

Même chose avec le fameux feu d'artifice de Marseille ou d'autres événements de ce genre ou FVT fut d'abord l'occasion d'une belle déconvenue.

En revanche, les informations collectées s'avèrent des plus précieuses pour piloter correctement sa communication, anticiper au mieux les questions de sécurité ou de circulation et gérer ses stocks au plus près de la demande réelle.

[Visualiser l'article](#)

Fini le « doigt mouillé » qui, malgré l'expérience des années, restait quand même un indicateur peu flou et souvent trompeur.

Avec Flux Vision Tourisme, Béziers notamment, pour reprendre notre exemple, a pu rentrer dans le détail de ses visiteurs, distinguer le résident de l'excursionniste qui passe la journée en ville, séparer le propriétaire d'une résidence secondaire, qui vient fréquemment et ne peut donc pas être compté parmi les visiteurs, d'avec le touriste qui est facturé soit hors du département soit à l'étranger mais qui a consommé localement de 1 à 31 nuitées et effectué moins de 5 séjours sur la destination dans les 3 mois précédent l'analyse.

C'est ainsi qu'on s'est aperçu que la Féria attirait à Béziers beaucoup de Marseillais ou de Toulousains mais aussi de nombreux Héraultais alors que la ville pensait drainer surtout des Parisiens et des Lyonnais en plus des populations pyrénéenne ou espagnole.

En découpant le département en zones distinctes, l'ADT a pu voir également les différences de destination et de périodicité entre les divers marchés étrangers.

Les Allemands par exemple préfèrent le littoral au mois de mai-juin ; tandis que les Anglais vont plus à Montpellier au moins de juillet, justement le mois idéal pour aller au bord de mer selon les Hollandais...

En scrutant les données de géolocalisation via la facturation des clients d'Orange, de Soch et M6 Mobile ainsi que celles étrangers qui basculent en itinérance sur l'Opérateur français, l'ADT Hérault a quantifié de façon précise et tangible la durée de séjour, la pression démographique exercée à tel ou tel moment et tel ou tel endroit, le nombre précis de nuitées et leur distribution dans le département...

Bref, Flux Vision Tourisme peut aller très loin dans la finesse des informations.

Avec le volume massif de données à traiter, c'est certainement un baromètre qui décoiffe.

Mais là n'est pas son seul avantage.

Orange réalise des analyses en temps réel, 24H/24, et sur des segments de deux heures, particulièrement pertinents quand on veut connaître l'impact d'un événement ou celui d'un programme d'animations.

De plus, Orange propose une restitution au choix des résultats, tous les mois ou par trimestre ; à la semaine, comme pour certaines stations de montagne, ou avec 48 heures de décalage quand il s'agit d'un événement.

Il laisse également aux ADT le soin de définir elles-mêmes le nombre (entre 5 et 10) et le découpage géographique de zones qu'elles estiment pertinents pour leur observation.

Enfin, last but not least, le prix de FVT, à partir de 12 000 € par an, a été conçu pour le rendre accessible même aux départements les moins touristiques ou les plus enclavés ; Tourisme et Territoires a beaucoup insisté sur ce « détail ».

Vu la qualité et la quantité d'informations qu'il peut apporter, vu également les économies budgétaires qu'il permet d'envisager, dans le ciblage marketing et les dépenses de communication notamment, ou bien dans la gestion des entreprises et des personnels liés au tourisme, mais aussi sur l'activité et sur les heures d'ouverture des commerces de centre-ville, on voit mal ce qui empêcherait la généralisation de son utilisation.

www.laquotidienne.fr
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

Voilà en tout cas de quoi donner une belle leçon de chiffrage aux préfectures de police et aux organisateurs de manifestations dont on moque si souvent le fort strabisme divergeant.