

# STRATÉGOS

■ BY ESCAET

EXPÉRIENCES, ANALYSES ET OBSERVATIONS DE LA COMMUNAUTÉ DU TRAVEL

2023

#74 ■ 12 €

[strategos.fr](http://strategos.fr)



## NOUVEAUX ESPACES-TEMPS DU TOURISME

### HYBRIDATION

Gabrielle Halpern  
Patrick Levy-Waitz  
Sara Laurent  
Benjamin Pradel  
Gwenola Wagon et Stéphane Degoutin  
Michel Ruiz

### PARADOXES

Emmanuel Salim  
Cyril Blanchet  
Géry Vendeville  
Natahalie Fabry  
Romain Marion  
Clément Mousset

### PROSPECTIVE

Chloé Rezlan  
Delphine Millot  
Séverine Portet  
Hugo Alvarez  
Etienne Faugier  
Laureline Chopard et Mathieu Ros Medina

## NOUVEAUX ESPACES-TEMPS DU TOURISME

2 Editorial

### DOSSIER HYBRIDATION

- 8 **On plante le décor**
- 11 **Gabrielle Halpern**, Philosophe  
Eloge de l'hybridation dans le tourisme
- 16 **Patrick Levy-Waitz**, France Tiers Lieux  
Des pratiques et des usages différenciés des lieux
- 22 **Sara Laurent**, Chaire Pégase, Montpellier Business School  
Une hybridation nécessaire des mobilités
- 33 **Benjamin Pradel**, Kaleido'scop  
Urbanisation et sociologie des espaces urbains
- 34 **Gwenola Wagon** et **Stéphane Degoutin**, Artistes  
Repenser l'évasion et l'imaginaire touristique
- 34 **Michel Ruiz**, Theta & Travel Prime  
Compréhension des espaces virtuels et réels
- 44 **On retient**

### DOSSIER PARADOXES

- 48 **On plante le décor**
- 50 **Emmanuel Salim**, Collectif Perce-Neige  
Le paradoxe du tourisme de la dernière chance
- 56 **Cyril Blanchet**, Escaet  
La multiplication des paradoxes du tourisme
- 62 **Géry Vendeville**, Allianz Partners  
Assurer les professionnels pour se projeter dans l'avenir
- 68 **Nathalie Fabry**, Université Gustave Eiffel  
Définir et différencier les usages du tourisme
- 74 **Romain Marion**, Chemins du Sud  
Ralentir le rythme des vacances dans une société qui s'accélère
- 80 **Clément Mousset**, CFC Croisières  
Une écoute attentive voyageurs pour une nouvelle offre de croisière
- 84 **On retient**

### DOSSIER PROSPECTIVE

- 88 **On plante le décor**
- 90 **Chloé Rezlan**, Adeona avocat.e.s  
Le droit comme support de prospective
- 96 **Delphine Millot**, GBTA Foundation  
Accompagner les transformations du voyage d'affaires
- 102 **Séverine Portet**, ART Grand Est  
De nouveaux services de prospective pour anticiper les transformations
- 106 **Hugo Alvarez**, Atout France  
Mesure et observation des activités pour une meilleure représentation du tourisme
- 110 **Etienne Faugier**, Université Lumière Lyon 2  
Des innovations et des transformations attachées aux espaces
- 114 **Laureline Chopard** et **Mathieu Ros Medina**, Les Passeurs le Mag,  
Prospective des territoires de montagne pour repenser le tourisme
- 118 **On retient**
- 122 **Stratégos by ESCAET**





**DÉMOCRATISER L'ACCÈS  
À LA DONNÉE TOURISTIQUE,  
ET L'EXPLOITER COLLECTIVEMENT  
AU SERVICE DE L'INTÉRÊT GÉNÉRAL.**

## Mesure et observation des activités pour une meilleure représentation du tourisme ■



## INTERVIEW

# Hugo Alvarez

SOUS-DIRECTEUR OBSERVATION, PROSPECTIVE ET STRATÉGIE,  
ATOUT FRANCE

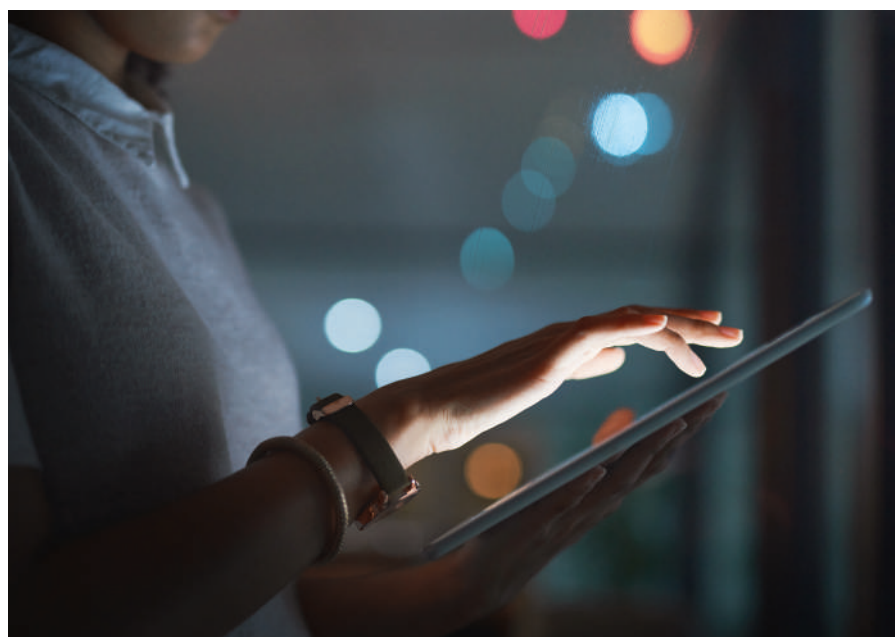
P

## Pouvez-vous nous rappeler la genèse et les objectifs du projet ?

La genèse de France Tourisme Observation (FTO) remonte à la première année de la pandémie, les statistiques touristiques, indispensables à l'évaluation précise de l'impact de la crise sanitaire sur le secteur, ont révélé leurs lacunes. Après plusieurs années de sous-investissement, et malgré son statut de première destination touristique mondiale, la France ne disposait pas d'un outil à la hauteur de son statut et la place du tourisme dans le PIB, estimée à 7,5% en 2019. FTO a pour ambition de constituer un vecteur de compétitivité internationale, qui doit donner un temps d'avance à la destination France par rapport aux autres destinations internationales.

Par ailleurs, en tant que filière protéiforme, regroupant de l'hébergement, des activités de loisirs, des sites patrimoniaux, des parcs de loisirs, la restauration... le tourisme ne disposait pas d'une vision agrégée de son activité, tendance aggravée par l'émergence de tiers privés (comme les plateformes de réservation) disposant d'une profondeur de données conséquente, sans toutefois les partager.

Dans ce contexte, Atout France a été chargé par l'Etat de mettre en place une plateforme de données (« data hub ») dédiée à la filière, afin de répondre à quatre impératifs : améliorer la connaissance en



temps réel de l'activité touristique, piloter et accélérer la transition durable du tourisme, comprendre les attentes et pratiques des voyageurs sur le territoire et accompagner la diversification de l'offre. En novembre 2021, le Plan Destination France a doté Atout France des moyens de cette ambition, en consacrant au projet une mesure dédiée.

France Tourisme Observation repose sur une conviction profonde : démocratiser l'accès à la donnée touristique, et l'exploiter collectivement au service de l'intérêt général. FTO est ainsi un outil de production de données mutualisé avec →



### ■ Mesure et observation des activités pour une meilleure représentation du tourisme

les partenaires du collectif, dans la lignée des « commons », avec une gouvernance propre, afin de répondre aux besoins de l'ensemble des partenaires. Aujourd'hui, le collectif regroupe Atout France, ADN Tourisme, la Banque des Territoires, l'INSEE, la Banque de France, les fédérations professionnelles, BPI France...

Se pose ensuite la question du comment : France Tourisme Observation repose sur une dynamique d'expérimentation et de création d'observatoires innovants dédiés à l'intérêt général. En travaillant directement avec des opérateurs de la filière, en mobilisant des sources originales, le collectif France Tourisme Observation a permis, dès 2022, d'enrichir les outils de suivi de la filière, en particulier sur l'hôtellerie de plein air.

#### **Quels types de données récoltez-vous ? Est-on sur de l'Open data ? Quel lien avec le projet Data Tourisme (ADN tourisme) ?**

France Tourisme Observation collecte des données provenant de trois principales sources : la statistique publique touristique à l'échelle nationale et territoriale, les données d'opérateurs privés (plateformes, entreprises de la filière...) et les données en open data (par exemple sur la transition écologique). Ces partenariats permettent à France Tourisme Observation de créer des jeux de données inédits : un des premiers observatoires, le Baromètre National de l'Hôtellerie de Plein Air (HPA), construit grâce à une connexion en temps réel avec les logiciels de réservation de 1200 campings en France, permet de suivre semaine par semaine la fréquentation dans la HPA, et d'avoir une vision à trois mois sur les flux prévisionnels.

France Tourisme Observation va contribuer en effet à l'enrichissement de l'open data, avec une définition en 2023 des jeux de données qui pourront alimenter la plate-forme data.gouv par exemple.

Le projet France Tourisme Observation est construit en étroite collaboration avec les territoires (Offices de Tourisme, Agences Départementales du Tourisme, Comités Régionaux du Tourisme), regroupés au sein de la fédération ADN Tourisme. La plate-forme Data Tourisme, qui centralise les points d'intérêt touristiques, est donc un partenaire naturel du projet.

#### **Comment la donnée peut-elle rendre compte des réalités d'un espace touristique ?**

Quelle que soit la puissance de traitement de la donnée de la plate-forme France Tourisme Observation,

il faut garder un principe d'humilité et ne pas considérer qu'il existe des indicateurs purs et parfaits. Au sein du collectif France Tourisme Observation, nous privilégions une approche de « faisceau d'indices » : à l'échelle d'un territoire, nous essayons de croiser, superposer, confronter une multitude d'indicateurs pour en déduire des tendances fiables. Cela revient à rapprocher et comparer les données de transport, de fréquentation dans les différents types d'hébergement, les indicateurs de dépenses, de flux observés grâce à des outils innovants (comme les cartes bancaires ou les traces GPS)... C'est un travail qui demande une méthodologie rigoureuse, si on ne veut pas confondre la carte et le territoire, et sous-estimer des phénomènes qui peuvent échapper à la statistique touristique. Par exemple, un volume de nuitées stable peut masquer des tendances d'évolution des comportements par catégorie de population (avec une augmentation des nuitées pour les CSP+ et une diminution pour les catégories populaires). Les conséquences à en tirer en termes de politiques publiques sont radicalement différentes.

#### **Comment transformez-vous des données en indicateurs ? Quels sont les nouveaux indicateurs à prendre en compte pour la compréhension des territoires ?**

La difficulté de l'exercice réside paradoxalement plus dans l'accès à la donnée que dans son exploitation. C'est la négociation avec des partenaires externes, la définition de conditions d'utilisation et d'exploitation des données partagées qui est



particulièrement complexe. Une fois la donnée accessible, les traitements sont automatisés par l'équipe de data scientists et data analysts d'Atout France recrutés pour porter le projet France Tourisme Observation.

Par contre, la fiabilité de la donnée d'un point de vue statistique reste le nerf de la guerre. Aujourd'hui, beaucoup de publications ou d'analyses sont relayées portant sur des échantillons qui ne sont pas représentatifs de la filière, ou qui n'ont pas de validité statistique : nous mettons un accent tout particulier sur la crédibilité des chiffres d'un point de vue technique. Tout chiffre qui sort de France Tourisme Observation doit respecter des contraintes de rigueur et de crédibilité méthodologiques fortes. En ce qui concerne les nouveaux indicateurs à développer, sans surprise, nous avons accéléré la production d'outils d'évaluation de l'impact économique, social, et environnemental de la filière. La compréhension de la réalité des contributions positives et négatives de la filière est indispensable à son pilotage local et national, dans la perspective de réduction de son empreinte environnementale, et de maximisation des retombées économiques et sociales positives (exprimées en emplois générés, en dépenses touristiques par visiteur international ou en indicateur de démocratisation du tourisme).

### **Les données récoltées peuvent-elles nous aider à comprendre et anticiper certaines transformations ?**

Lorsqu'on associe jeux de données profonds et enquêtes clientèles régulières, comme nous le faisons au sein de France Tourisme Observation, nous pouvons apporter des premiers éléments de réponse aux questions fondamentales de la filière : comment mieux répartir les flux touristiques dans le temps et dans l'espace ? Quelles sont les évolutions des parcours touristiques à l'échelle nationale et locale ? Comment piloter la transition vers un tourisme durable ?

L'accueil des grands événements sportifs internationaux à venir (la Coupe du Monde de Rugby en 2023 et les Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024) nécessitent également des outils d'accompagnement et d'évaluation à la hauteur des enjeux qu'ils suscitent.

Plus nombreux seront les opérateurs de la filière à faire partie du collectif France Tourisme Observation, plus nous serons capables de livrer des informations fiables et consolidées permettant des analyses conjoncturelles, structurelles (consommation,

investissement, emploi, qualité...) et prospectives, qui n'existaient pas auparavant. Prochainement, nous allons d'ailleurs participer à l'élaboration du premier Tableau de bord du tourisme durable français, qui intégrera notamment des éclairages dans le domaine environnemental et social.

N'oublions pas toutefois que les données ne restent qu'un outil, et pas une fin. France Tourisme Observation est un instrument pour alimenter une vision stratégique et prospective de la filière : en premier lieu, les choix en termes d'orientations stratégiques de la filière doivent être définis aux différentes échelles pertinentes, et les données sont ensuite à mobiliser pour aider à la mise en œuvre et au suivi de cette vision. ■

