



## **MASTER TOURISME**

Parcours « TIC appliquées au Développement des Territoires Touristiques »

### **MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE**

# **Les impacts des évolutions des outils numériques et de traitement de la data sur le processus d'observation au sein des territoires touristiques**

Présenté par :

**Vicky Hachotte**

Année universitaire : **2022 – 2023**

Sous la direction de : **Philippe Godard**



**Les impacts des évolutions des  
outils numériques et de traitement  
de la data sur le processus  
d'observation au sein des  
territoires touristiques**



L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

# REMERCIEMENTS

Dans un premier temps, je tiens à remercier sincèrement mon directeur de mémoire M. Philippe Godard pour son accompagnement et ses conseils avisés qui m'ont été d'une aide précieuse tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Aussi, j'adresse ma gratitude envers mon tuteur d'alternance M. Richard Ramboer et toute l'équipe de Tarn-et-Garonne Tourisme pour leur chaleureux accueil, leurs précieux conseils et leur accompagnement durant cette première année d'alternance.

Je tiens également à remercier le corps enseignant et l'équipe de documentation du campus de l'ISTHIA qui m'ont permis d'avoir accès à des connaissances et des ressources afin d'enrichir ma réflexion autour de ce mémoire.

Je souhaite témoigner ma reconnaissance envers ma classe Master TIC pour cette année remplie de moments précieux et pour leur remarquable esprit de solidarité.

Enfin, je tiens à remercier mes proches, et plus particulièrement mon conjoint Mathieu et mon amie Océane pour leur soutien et leur patience tout au long de la rédaction de cet ouvrage ambitieux.

# SOMMAIRE

<b><u>INTRODUCTION GÉNÉRALE .....</u></b>	<b>8</b>
<b><u>PREMIÈRE PARTIE : COMPRENDRE L'OBSERVATION DANS LES TERRITOIRES TOURISTIQUES À L'AIDE DE LA DATA ET DES OUTILS NUMERIQUES.....</u></b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCTION DE LA PREMIÈRE PARTIE.....</b>	<b>10</b>
CHAPITRE 1 : Comprendre l'observation du tourisme.....	11
CHAPITRE 2 : La relation transversale de l'observation territoriale et l'observation touristique.....	21
CHAPITRE 3 : La data et les outils numériques au service de l'observation des territoires touristiques .....	31
<b>CONCLUSION DE LA PREMIÈRE PARTIE .....</b>	<b>44</b>
<b><u>DEUXIÈME PARTIE : LES IMPACTS DE L'UTILISATION DES NTIC ET DE LA DATA AU SEIN DE L'OBSERVATION TOURISTIQUE.....</u></b>	<b>10</b>
<b>INTRODUCTION DE LA DEUXIÈME PARTIE .....</b>	<b>46</b>
CHAPITRE 1 : La complexité d'assimiler les nouveaux outils numériques dans l'observation et l'analyse touristique par les acteurs du tourisme .....	47
CHAPITRE 2 : L'incapacité de faire évoluer les modèles d'analyses touristiques et les indicateurs touristiques .....	58
CHAPITRE 3 : L'impossibilité de tendre vers une uniformisation de la data touristique malgré l'aide des outils numériques .....	69
<b>CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE.....</b>	<b>80</b>
<b><u>TROISIÈME PARTIE : MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE SUR LE TERRAIN D'APPLICATION.....</u></b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCTION DE LA TROISIÈME PARTIE .....</b>	<b>81</b>
CHAPITRE 1 : Terrain d'application .....	82
CHAPITRE 2 : Méthodologie probatoire .....	85
<b>CONCLUSION DE LA TROISIÈME PARTIE .....</b>	<b>91</b>
<b><u>CONCLUSION GÉNÉRALE.....</u></b>	<b>92</b>
<b><u>BIBLIOGRAPHIE.....</u></b>	<b>94</b>
<b><u>ANNEXES .....</u></b>	<b>96</b>
<b><u>TABLES DES SIGLES .....</u></b>	<b>97</b>
<b><u>TABLES DES FIGURES.....</u></b>	<b>98</b>
<b><u>TABLES DES TABLEAUX .....</u></b>	<b>98</b>
<b><u>TABLES DES MATIÈRES .....</u></b>	<b>99</b>

# INTRODUCTION GÉNÉRALE

Le tourisme au sein des territoires a connu et continue de connaître une évolution telle qu'il nécessite un suivi régulier. Pour comprendre et analyser les tendances actuelles, les acteurs du tourisme ont besoin de collecter et d'analyser des données sur les territoires touristiques. Ainsi, l'observation des territoires touristiques est donc apparue comme un outil indispensable pour comprendre les enjeux et les opportunités du tourisme dans les territoires, ainsi que pour adapter les stratégies de développement touristique en conséquence.

L'usage d'outils numériques est l'une des transformations majeures de l'industrie touristique. De par leur omniprésence actuelle, ils bouleversent les habitudes de consommation des voyageurs et engendrent une quantité importante de données. Par conséquent, l'utilisation de ces outils aide à une meilleure compréhension des comportements et des besoins des touristes

Ainsi, les outils numériques sont désormais indispensables dans le secteur du tourisme, et particulièrement dans le processus d'observation des territoires touristiques.

Cependant, l'observation du tourisme est souvent complexe et subjective, en raison de la nature systémique du tourisme. De plus, le tourisme peut avoir des caractéristiques, des besoins et des enjeux différents d'un territoire à l'autre, ce qui rend la tâche encore plus complexe.

En prenant en compte les éléments précédemment présentés et qui seront développés plus en détail, la question de départ de ce mémoire sera la suivante :

## **Dans quelles mesures un observatoire participe au développement des territoires touristiques ?**

La première partie de cette réflexion se concentrera sur la compréhension de l'observation dans les territoires touristiques à l'aide de données et d'outils



numériques. Nous introduirons ainsi quatre notions clés : le tourisme, le territoire, les données et les outils numériques. Ces éléments nous permettront de comprendre leur mode de fonctionnement et leur interrelation.

Ensuite, la deuxième partie portera sur les impacts de l'utilisation des outils numériques et des données au sein de l'observation touristique. Nous mettrons en lumière les divers obstacles et enjeux qui y sont liés par le biais de trois hypothèses.

Enfin, la troisième partie sera axée sur la mise en place d'une méthodologie probatoire adaptée au terrain d'application préalablement sélectionné, ainsi que sur les différentes étapes de la méthodologie et les outils utilisés pour collecter et analyser les données.

**PREMIÈRE PARTIE :**  
**COMPRENDRE L'OBSERVATION DANS LES**  
**TERRITOIRES TOURISTIQUES À L'AIDE DE LA**  
**DATA ET DES OUTILS NUMERIQUES**

## INTRODUCTION DE LA PREMIÈRE PARTIE

L'observation des territoires touristiques est devenue un enjeu majeur pour les acteurs du tourisme afin de comprendre les comportements des touristes, les tendances de marché, les atouts et les faiblesses d'un territoire. Dans cette même perspective, l'utilisation de la data et des outils numériques est également devenue incontournable.

Cette première partie nous proposera de comprendre l'observation du tourisme, en définissant cette pratique et en expliquant son importance, ainsi que et en expliquant son importance, ainsi que les différentes méthodes de collecte de données et indicateurs utilisés.

Par la suite, nous aborderons la présence d'un lien entre les territoires et le tourisme, et donc la place de l'observation territoriale au sein de l'observation touristique. Nous verrons également comment ces deux approches peuvent se compléter mutuellement.

Enfin, nous nous intéresserons aux outils numériques et à la data au service de l'observation des territoires touristiques, en présentant les différents outils et leur utilisation. Nous aborderons également les limites de ces outils et les défis à relever pour améliorer l'observation des territoires touristiques.

# CHAPITRE 1 : Comprendre l'observation du tourisme

L'observation touristique est un élément crucial pour comprendre et gérer l'industrie touristique. Toutefois, pour bien appréhender cette pratique, il est essentiel de définir et de comprendre ce qu'est l'observation, ainsi que son utilité et les différentes méthodes pour observer le tourisme.

## 1. Comment définir l'observation ?

### 1.1. Définition

Selon le dictionnaire La Rousse, l'observation signifie l'« *action de regarder attentivement les phénomènes, les événements, les êtres pour les étudier, les surveiller, en tirer des conclusions, etc.* »<sup>1</sup>. En ce sens, le phénomène à observer est donc le tourisme dans un territoire en France.

### 1.2. Historique de l'observation touristique

Le tourisme est une activité ancienne en France, qui remonte au 19<sup>ème</sup> siècle. Cependant, ce n'est qu'à partir des années 1950 qu'il est devenu nécessaire d'observer ce phénomène par le biais d'une approche systémique.

Cette observation systémique considère le tourisme comme un système complexe et interconnecté, impliquant de nombreux acteurs, des ressources et des impacts multiples et variés.

En ce sens, le tourisme impacte de nombreux secteurs d'activité tels que les transports, l'hébergement et l'emploi par exemple, et ce depuis toujours.

---

<sup>1</sup> « Observation » dans le *Dictionnaire Larousse*, <https://urlz.fr/l9ng> .

C'est ainsi que des premières enquêtes nationales sous forme de sondage ont été instaurées afin d'observer le tourisme en France. Trois enquêtes de référence ont été menées pour obtenir des données sur les profils des touristes et les destinations de vacances qu'ils choisissent :

- le Suivi de la Demande Touristique (SDT) ;
- l'Enquête Vacances ;
- l'Enquête Transports.<sup>2</sup>

Le SDT est une enquête annuelle réalisée par Kantar pour le compte de l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) et de la Direction Générale des Entreprises (DGE) auprès des touristes français et étrangers qui visitent la France. Elle a pour but de collecter des données sur les caractéristiques socio-économiques des touristes, leurs modes de transport, leurs activités et leurs dépenses. Les résultats de cette enquête permettent de mieux comprendre les comportements des touristes afin d'adapter l'offre touristique en conséquence.

L'Enquête Vacances est une étude menée tous les deux ans auprès des ménages français. Elle vise à recueillir des informations sur les habitudes de vacances des ménages, telles que les destinations préférées, les modes d'hébergement et les activités de loisirs. Les résultats de cette enquête sont utilisés pour analyser les tendances du tourisme intérieur et pour mieux comprendre les besoins et les attentes des touristes.

L'Enquête Transports est une enquête menée tous les dix ans auprès des ménages français. Elle a pour objectif de collecter des données sur les déplacements des personnes, y compris les voyages de loisirs. Les résultats de cette enquête sont utilisés pour mieux comprendre les habitudes de déplacement des touristes et pour améliorer les infrastructures de transport.

---

<sup>2</sup> Christophe Terrier, 2006, « Flux et afflux de touristes. Les instruments de mesure. », *Cahier Espaces Observation et tourisme*, septembre 2006, n°90, p. 10-22.

## 1.3. Apparition de nouveaux enjeux pour l'observation touristique de demain

### 1.3.1. Nouveau métier : Chargé(e) de mission Observatoire touristique

Le métier de chargé(e) de mission Observatoire touristique (plus couramment appelé Observatoire Économique) est relativement récent et est apparu ces dernières décennies dans l'industrie touristique.

L'avènement rapide du tourisme, d'Internet, des nouvelles technologies et des réseaux sociaux ont entraîné une explosion des données disponibles, ce qui a conduit à une demande croissante de la part des acteurs du tourisme qui ont réalisé l'importance de disposer de données.

Ce besoin de collecter et d'analyser des données n'est pas nouveau, mais la complexité croissante des données et la nécessité de les interpréter de manière à fournir des informations utiles aux entreprises et aux organisations ont abouti à la création de ce poste. Les chargé(e)s de mission Observatoire touristique sont souvent des analystes de données expérimentés qui ont une compréhension approfondie des tendances, des modèles et des informations que les données peuvent fournir.

Les missions du chargé(e) de mission varient d'un organisme à un autre mais s'orientent autour de trois grands thèmes : **Observer, analyser et partager.**<sup>3</sup>

Afin d'observer le tourisme, le chargé(e) de mission doit collecter des données auprès de différentes sources touristiques ou non, telles que les rapports gouvernementaux, les enquêtes, les bases de données économiques et les publications spécialisées.

Après avoir collecté les données vient l'analyse de celles-ci. Le chargé(e) de mission doit les analyser pour identifier les tendances économiques clés, les opportunités et les risques pour l'organisation.

---

<sup>3</sup> Observatoire du Tourisme de l'Oise, 2020. *Fiche de poste Chargé(e) d'études en Observatoire départemental du tourisme de l'Oise*, <https://urlz.fr/l9n7>, consulté le 01 mars 2023.

Enfin, le chargé(e) de mission doit communiquer les résultats de ses analyses à l'organisation, sous forme de rapports, de notes de conjonctures ou d'autres supports adaptés à son public.

Comme exprimé précédemment, d'autres missions sont possibles telles que la veille économique. En effet, le chargé(e) de mission doit également être en mesure de surveiller en permanence les évolutions économiques du tourisme, en se tenant informé des nouvelles réglementations, des évolutions technologiques, des tendances de consommation et de toute autre information pertinente.

Le poste de chargé(e) de mission Observatoire touristique est ainsi devenu de plus en plus important dans le secteur du tourisme au point d'en devenir une réelle nécessité pour l'observation touristique de demain.

### 1.3.2. Tourisme : un facteur de développement depuis plusieurs siècles

Le tourisme s'est développé au 19ème siècle grâce à l'aristocratie anglaise qui pratiquait l'hivernage en France, profitant des conditions climatiques plus clémentes. Ainsi, les fondements du tourisme à cette époque étaient la condition climatique, la durée du séjour, la fidélisation de la clientèle, la présence de commerces et de services, et la place de l'activité touristique. L'hivernage a donc permis aux territoires un développement socio-économique.

Au cours des siècles suivants, le tourisme a continué à se développer, avec notamment l'arrivée du chemin de fer et des transports en commun.

Puis, à partir de la création des congés payés en 1936, le tourisme évolue, avec un grand nombre d'individus qui peuvent partir en vacances, principalement en été à la mer et en hiver à la montagne. Le tourisme se démocratise, ce qui entraîne la mise en place de politiques d'aménagement du territoire pour répondre à la demande croissante.

Au 20<sup>ème</sup> siècle, le tourisme de masse a commencé à se développer avec l'amélioration des infrastructures de transports et d'hébergements ainsi qu'avec la croissance économique mondiale. <sup>4</sup>

Aujourd'hui, le tourisme est l'une des industries les plus importantes dans le monde. En France, il représente plus de 7% du Produit Intérieur Brut (PIB) national en 2018.<sup>5</sup> Le tourisme joue un rôle important dans le développement économique, social et culturel des territoires. En effet, les revenus du tourisme peuvent stimuler l'économie locale, en créant des emplois dans les secteurs de l'hôtellerie, des restaurants, du transport, des loisirs et de l'artisanat. Le tourisme peut également encourager la conservation des sites naturels et culturels en leur donnant une valeur économique.

Cependant, le tourisme peut également avoir des impacts négatifs sur l'environnement et les cultures locales, notamment en raison de la surconsommation de ressources naturelles et de l'exploitation des communautés locales.

L'un des prochains enjeux est donc d'intégrer le tourisme dans une démarche qui prend en compte les impacts sociaux, environnementaux et économiques à long terme.

### 1.3.3. Tourisme : un secteur complexe et transversal

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), le tourisme est :

*« un phénomène social, culturel et économique qui suppose des mouvements de personnes vers des pays ou des lieux situés en dehors de leur environnement habituel intervenant pour des motifs personnels ou pour affaires et motifs professionnels »* <sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Nouveau Frédéric, 2021, Tourisme et territoires - Cours de première année BTS Tourisme, CNED.

<sup>5</sup> INSEE, *En 2019, le tourisme est plus dynamique au-delà des frontières du Grand Est*, <https://urlz.fr/I9BS>, consulté le 28 février 2023.

<sup>6</sup> Organisation Mondiale du Tourisme, *Glossaire*, <https://urlz.fr/I9nD>, consulté le 28 février 2023.



Ainsi, le tourisme est un secteur pluridisciplinaire complexe à observer. En effet, le tourisme a des impacts significatifs sur les acteurs de ce secteur et plusieurs secteurs d'activité tels que les transports, les commerces, les hébergements etc.

Le tourisme est aussi influencé par de nombreux facteurs tels que les changements économiques, les tendances démographiques, les changements technologiques, les préférences des touristes, les conditions climatiques et bien d'autres encore.

Pour une compréhension approfondie du tourisme, une approche pluridisciplinaire est donc essentielle. Aussi, il est important de comprendre que le tourisme a une influence sur divers secteurs tout en étant lui-même soumis à des influences extérieures. Cela est encore plus crucial lorsqu'il s'agit d'étudier les territoires touristiques.

## 2. Pourquoi observer le tourisme ?

Afin d'observer, il est nécessaire qu'il y ait un phénomène à comprendre en profondeur. Cependant, une ambiguïté de la finalité de l'observation a été remarquée : il existe deux formes d'observation, l'une pour mieux comprendre et l'autre pour résoudre un problème.

### 2.1. Comprendre le comportement les phénomènes touristiques

L'une des finalités de l'observation vise à « *Mieux connaître* »<sup>7</sup>. Dans le cas du tourisme, cela s'apparente à comprendre les caractéristiques du marché touristique, ainsi qu'à mesurer l'influence économique de l'industrie du tourisme.

Toutefois, il est important de souligner que chaque problématique varie en fonction du territoire touristique : elle répond à des attentes et des besoins différents.

---

<sup>7</sup> Guide de l'Office de Tourisme du futur, *Fiche 59 – L'observation touristique locale*, <https://urlz.fr/l9nS>, consulté le 28 février 2023.

En effet,

*« il n'y a pas une problématique universelle du tourisme, mais autant de préoccupations différentes que d'acteurs. Chaque profession, chaque acteur de terrain se pose ou devrait se poser un certain nombre de questions qui lui sont propres et qu'il ne partage que rarement avec les autres acteurs du tourisme. »<sup>8</sup>*

## 2.2. Observer pour analyser et prendre des décisions

L'autre finalité de l'observation est la prise de décisions éclairées, soit « *mieux agir* »<sup>7</sup>. En effet, l'observation dénuée de but ne présente aucune utilité. Autrement dit, l'observation n'a de sens que si elle a un objectif clair : « *analyser le présent pour anticiper l'avenir* » (KUSEK Marie, 2020, p.19).

Ainsi, l'observation vise plutôt à découvrir de nouvelles informations et à approfondir notre compréhension d'un sujet ou d'une problématique, plutôt que de simplement valider ce que nous savons déjà, tel qu'une décision prise par le passé par exemple.

## 3. Comment observer le tourisme ?

Le tourisme est une industrie en constante évolution, et pour mieux comprendre son impact sur les économies locales et globales, il est important de savoir comment observer et mesurer les différentes facettes du tourisme. Cela peut être fait en utilisant des indicateurs spécifiques au tourisme et en employant différentes méthodes de collecte de données, qui permettent de mieux comprendre l'impact et les tendances de cette industrie.

---

<sup>8</sup> Christophe Terrier, 2006, « Flux et afflux de touristes. Les instruments de mesure. », *Cahier Espaces Observation et tourisme*, septembre 2006, n°90, p. 10-22.

### 3.1. À l'aide d'indicateurs propres au tourisme

Nombreux sont les indicateurs qui permettent d'observer et de comprendre le tourisme. Dans le cas de cette réflexion, nous ne citerons que ceux utilisés le plus souvent.

Les indicateurs liés aux flux touristiques et à la fréquentation touristique permettent de caractériser les personnes visitant une destination donnée. Ces personnes peuvent être des touristes ou des excursionnistes selon si leur séjour dépasse ou non les 24 heures dans le territoire touristique. Selon la méthode de collecte, il est aussi possible de connaître leur provenance et leur typologie maritale par exemple.

Les indicateurs liés aux hébergements touristiques permettent de mesurer la demande pour l'hébergement touristique ainsi que l'offre recensée dans une destination. Cela comprend le taux d'occupation, le nombre de lits touristiques (marchands ou non), ainsi que le nombre d'arrivées et de départs notamment.

Les indicateurs liés aux richesses dégagées par le tourisme permettent de mesurer l'impact économique du tourisme sur une destination. Il s'agit de l'argent dépensé par les touristes lors de leur séjour, que ce soit pour l'hébergement, la nourriture, les activités touristiques, par exemple.

Les indicateurs liés aux emplois touristiques permettent de chiffrer la part des emplois touristiques salariés ou non selon différents secteurs d'activité tels que l'artisanat, la restauration, les grandes surfaces, les commerces de détail alimentaire ou non etc.

Les indicateurs liés au recensement de l'offre touristique permettent d'identifier les ressources touristiques disponibles, y compris les sites d'intérêt touristique, les attractions culturelles et historiques, les hébergements, les restaurants, les activités de loisirs et les événements locaux.

### 3.2. Et de différentes méthodes de collecte de la donnée

Afin d'observer le tourisme et de mieux comprendre les comportements des touristes ainsi que leurs motivations, plusieurs méthodes de collecte de la donnée ont été mises en place.

La veille est un processus de collecte, de traitement et de diffusion d'informations pertinentes pour une entreprise ou une organisation dans le but de surveiller l'environnement concurrentiel, les tendances du marché, les changements réglementaires et autres événements pertinents.

Dans le domaine du tourisme, les enquêtes quantitatives sont souvent utilisées pour suivre la demande touristique. Il s'agit de collecter des données numériques à grande échelle auprès d'un échantillon représentatif de la population. Les enquêtes quantitatives peuvent fournir des informations sur le nombre de touristes, leur origine, leur durée de séjour, leurs dépenses, ainsi que leurs activités préférées.

De plus, les enquêtes qualitatives, en revanche, se concentrent sur la compréhension des perceptions, des opinions et des expériences des touristes. Elles sont souvent réalisées sous forme d'entretiens individuels ou de groupes de discussion, et visent à approfondir les motivations des touristes, leurs attentes, leurs satisfactions et leurs insatisfactions.

Les enquêtes de terrain, également connues sous le nom d'observations ethnographiques, sont une méthode de collecte de données qui implique l'observation directe et la participation à la vie quotidienne des touristes dans leur environnement naturel. Cette méthode permet d'obtenir des informations sur les comportements, les interactions sociales et les habitudes de consommation des touristes par exemple.



En résumé, l'observation touristique est composée de trois phases distinctes : la collecte, l'analyse et le partage de données touristiques. Au vu des dernières et

futures évolutions du processus d'observation, il est essentiel de comprendre les enjeux de l'observation touristique. Cela implique de poser des questions pertinentes et d'utiliser différentes méthodes pour recueillir des données fiables et générer des indicateurs touristiques pertinents.

Il convient de noter que le tourisme et le territoire sont étroitement liés. En effet, le tourisme se déroule dans un lieu précis avec ses particularités géographiques, culturelles et économiques. Ainsi, l'observation touristique doit prendre en compte ces spécificités territoriales pour fournir des informations précises sur les impacts du tourisme et pour orienter les décisions des acteurs locaux.

En ce sens, les observations touristique et territoriale sont également liées. Dans ce contexte, nous pouvons nous demander quelle est la place de l'observation territoriale au sein de l'observation touristique.

## CHAPITRE 2 : La relation transversale de l'observation territoriale et l'observation touristique

Tout comme l'observation touristique, il est essentiel de définir et de comprendre ce qu'est l'observation sur un territoire, ainsi que son utilité. Il est également nécessaire de connaître les divers enjeux de l'observation territoriale au sein du tourisme.

### 1. Qu'est-ce que l'observation territoriale ?

Avant de commencer à traiter d'observation territoriale, il est important de comprendre ce qu'est un territoire.

#### 1.1. Définir un territoire

Il est nécessaire de souligner que la notion de territoire peut varier selon l'approche disciplinaire adoptée. Par exemple, la définition donnée par un géographe ne sera pas identique à celle d'un économiste.

Pour un géographe, un territoire est souvent associé à un espace géographique sur lequel une communauté humaine s'est installée et organise ses activités économiques, sociales et culturelles.

En revanche, pour un économiste, le territoire est souvent considéré comme un espace géographique sur lequel se déroulent des activités économiques qui peut être défini par des critères tels que la présence de marchés, la densité de la population et la qualité des infrastructures par exemple.

Ainsi, selon l'approche pluridisciplinaire, la définition du territoire peut varier et cela peut avoir des implications importantes sur les politiques publiques et les choix d'aménagement du territoire. C'est pourquoi il est important de prendre en compte les différentes approches disciplinaires afin d'avoir une compréhension complète et nuancée de la notion de territoire.

Pour faire simple, nous choisirons la définition proposée par le dictionnaire Larousse : un territoire est une « *portion de l'espace terrestre dépendant d'un État, d'une ville, d'une juridiction [ainsi qu'un] espace considéré comme un ensemble formant une unité cohérente, physique, administrative et humaine* »<sup>9</sup>.

Par ailleurs, les caractéristiques d'un territoire peuvent varier en fonction de l'échelle choisie, allant du niveau national au niveau communal, en passant par le niveau régional, départemental et intercommunal.

## 1.2. Définir l'observation territoriale

Selon le Quadrant Conseil, l'observation territoriale est définie comme « *une démarche initiée et animée par une ou plusieurs structures territoriales et/ou l'Etat pour suivre l'évolution de phénomènes (économiques, sociaux, environnementaux, etc.) sur le temps long* »<sup>10</sup>.

En ce sens, l'observation territoriale consiste à étudier et à comprendre les dynamiques territoriales, c'est-à-dire les interactions entre les différents acteurs, les lieux, les pratiques et les enjeux socio-économiques sur un territoire donné. Cette approche implique souvent la collecte et l'analyse de données quantitatives et qualitatives sur les caractéristiques sociales, économiques, culturelles et environnementales d'un territoire, ainsi que l'observation participative des acteurs locaux. L'observation territoriale nécessite une approche multidisciplinaire pour comprendre les dynamiques d'un territoire. Pour cela, il est essentiel de croiser les informations provenant de différents domaines, tels que l'économie, l'habitat, le social, les mobilités et l'environnement par exemple.

L'objectif de l'observation territoriale est donc de mieux comprendre les dynamiques et les enjeux territoriaux afin de pouvoir proposer des politiques et des actions adaptées pour un développement territorial durable et équilibré. Elle s'ancre souvent dans un projet de développement territorial qui est défini comme « *un processus volontariste cherchant à accroître la compétitivité des territoires en*

---

<sup>9</sup> « Territoire » dans le *Dictionnaire Larousse*, <https://urlz.fr/hSNx>, consulté le 02 mars 2023.

<sup>10</sup> Quadrant Conseil, 2020, *Observation territoriale : guide pratique*, <https://urlz.fr/l9oC>, consulté le 01 mars 2023.

*impliquant les acteurs dans le cadre d'actions concertées, généralement transversales et souvent à forte dimension spatiale* » (BAUDELLE Guy, GUY Catherine, MÉRENNE-SCHOUMAKER Bernadette, 2011, p.17).

À noter, l'observation territoriale et l'observation touristique ont des similitudes dans leur approche. Néanmoins, l'observation territoriale va au-delà de la simple observation des activités touristiques en prenant en compte toutes les dynamiques du territoire dans son ensemble. Elle permet une compréhension globale des enjeux socio-économiques, culturels et environnementaux d'un territoire, ainsi que des interactions complexes entre les différents acteurs locaux. De ce fait, l'observation territoriale est un outil important pour une gestion intégrée et durable du territoire.

## 2. L'observation des territoires : une compétence partagée grâce aux politiques de décentralisation

### 2.1. Une organisation hiérarchisée de l'observation des territoires...

Dès les années 1970, les géographes et les professionnels de la gestion et de l'aménagement ont cherché à comprendre les territoires en élaborant des connaissances et des représentations adaptées à leurs besoins. Pour cela, ils ont eu besoin de développer des observatoires, qui exercent la mise en pratique de l'observation des territoires. Cependant, ces observatoires doivent relever le défi de rendre compte de la complexité des systèmes observés tout en offrant des outils opérationnels. <sup>11</sup>

Ce phénomène s'est accentué avec les politiques de décentralisation depuis les années 1980, suite à la prise de conscience des acteurs locaux que leurs territoires n'avaient pas bénéficié des actions de développement économique d'après-guerre.

La loi de décentralisation de 1982 a permis de transformer les régions en collectivités territoriales de plein exercice et de leur donner une plus grande

---

<sup>11</sup> De Sède-Marceau, Marie-Hélène, et Alexandre Moine. « Les observatoires territoriaux. Une représentation collective du territoire », *Communication & langages*, vol. 171, no. 1, 2012, p. 55-65.



autonomie dans la gestion de leurs affaires locales. Elle a également encouragé la création de structures de concertation et de coopération entre les différentes collectivités, ainsi que la participation des citoyens à la gestion des territoires. Ces structures peuvent être des établissements publics de coopération intercommunale, des syndicats de communes ou des syndicats mixtes.

La Loi n° 83-8 du 7 janvier 1983 explicite la répartition de compétences de telle façon à comprendre que les régions, les départements, les intercommunalités et les communes « *concourent avec l'Etat à l'administration et à l'aménagement du territoire, au développement économique, social, sanitaire, culturel et scientifique, ainsi qu'à la protection de l'environnement et à l'amélioration du cadre de vie* »<sup>12</sup>.

Les réformes mises en place dans les années 1990-2000 poursuivent la dynamique de cette politique de la décentralisation. En effet, des textes législatifs tels que la loi du 12 juillet 1999 sur la coopération intercommunale, la loi du 25 juin 1999 sur l'aménagement et le développement durable du territoire et la loi du 27 février 2002 sur la démocratie de proximité viennent compléter les mesures de décentralisation amorcées en 1982.<sup>13</sup>

Puis en 2015, La loi Nouvelle Organisation Territoriale de la République (NOTRe) a été adoptée afin de renforcer la décentralisation et la coopération entre les différents niveaux de collectivités territoriales. Elle a notamment confié aux régions, aux départements, aux intercommunalités et aux communes de nouvelles compétences partagées en matière de développement économique et d'aménagement du territoire.<sup>14</sup> Ainsi, l'observation touristique fait partie de l'une des nouvelles compétences partagées dans le cadre de la mise en œuvre de la loi NOTRe. Elle vise à renforcer l'observation et l'évaluation des politiques publiques à diverses échelles territoriales. Les observatoires touristiques se retrouvent principalement au niveau régional, départemental et intercommunal en France.

---

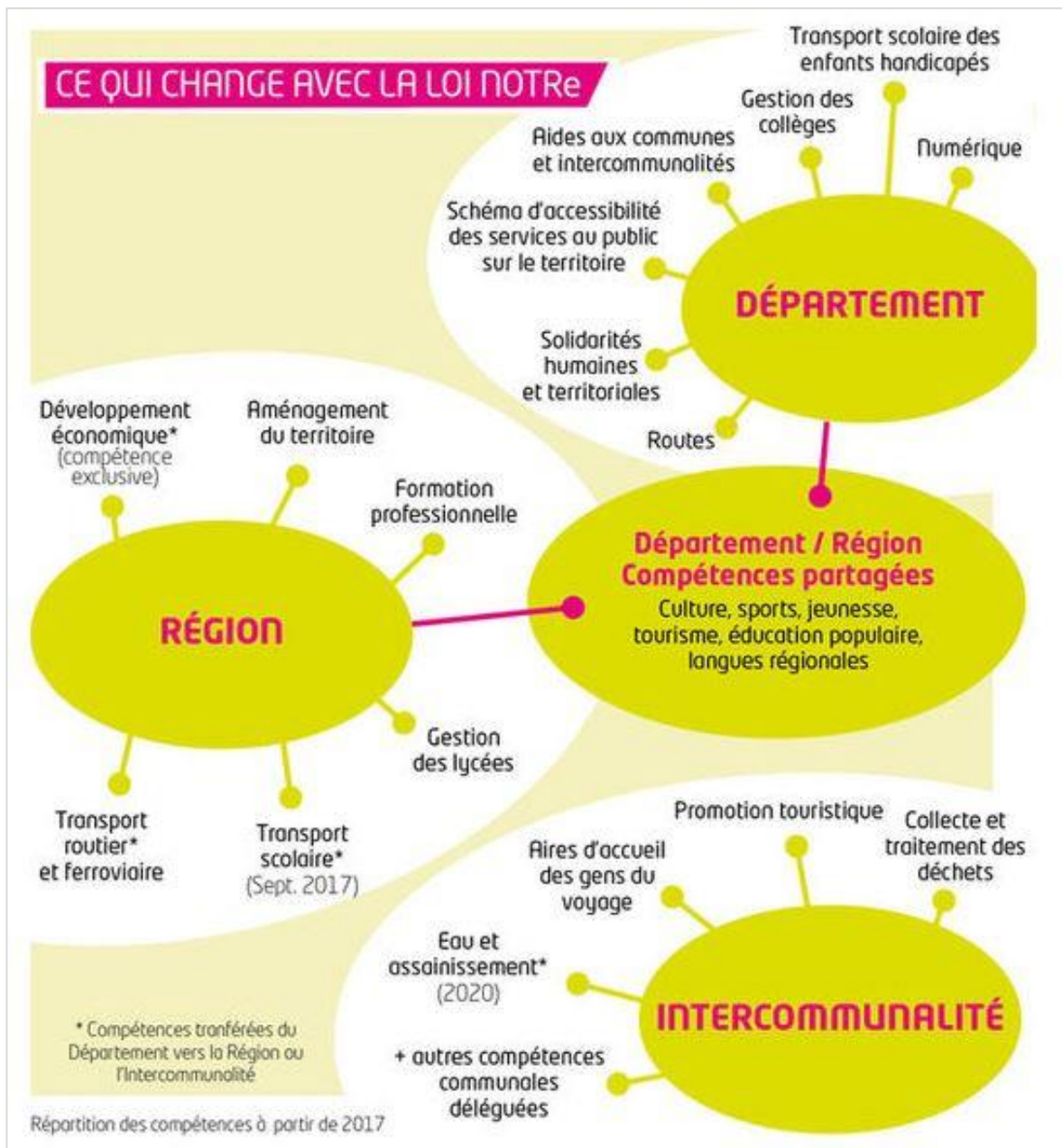
<sup>12</sup> République française, 1983, Loi n° 83-8 (Loi Defferre), <https://urlz.fr/I9cX>, consulté le 03 mars 2023.

<sup>13</sup> Vie Publique, *Qu'est-ce que l'acte I de la décentralisation ?*, <https://urlz.fr/I9p2>, consulté le 03 mars 2023.

<sup>14</sup> Ecologie.gouv, *Loi portant sur la nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe)*, <https://urlz.fr/I9pb>, consulté le 03 mars 2023.

Ainsi, cette loi de décentralisation peut être résumée sous la forme un schéma comme montré ci-dessous.

Figure 1 : Infographie récapitulant les changements de compétences liées à la loi NOTRe<sup>15</sup>



<sup>15</sup> Smart Futures, *Collectivités territoriales, quelles compétences respectives ?*, <https://urlz.fr/l9ph>, consulté le 05 mars 2023.

## 2.2.... Qui met à l'écart les Offices de Tourisme

Concernant le tourisme, la loi NOTRe a eu un impact important sur la compétence tourisme. En effet, elle redéfinit la promotion du tourisme à différents niveaux. Par ailleurs, l'une de leurs compétences partagées de celle-ci est l'observation du tourisme local.

Au niveau régional, la loi NOTRe a prévu la création d'un Comité Régional du Tourisme (CRT) dans chaque région de France. Il existe actuellement 13 CRT, soit un par région. Leur rôle est de coordonner les politiques touristiques sur leur territoire et de promouvoir l'activité touristique de la région.

Au niveau départemental, la loi NOTRe a également permis la création de Comités Départementaux du Tourisme (CDT), aussi appelé Agences de Développement Touristique (ADT) dans chaque département de France. En 2009, il en existait 96 en France, soit un par département<sup>16</sup>. Leur rôle est de promouvoir et de développer l'activité touristique du département.

Il est important de noter que la loi NOTRe n'a pas imposé la création de ces comités, mais elle a facilité leur mise en place en reconnaissant leur rôle essentiel dans la coordination et la promotion des politiques touristiques.

De plus, la loi a prévu la possibilité pour les collectivités territoriales de mutualiser leurs moyens en matière de tourisme en créant des Offices de Tourisme intercommunaux, des Offices de Tourisme communautaires ou des pôles d'accueil touristique, afin de favoriser une approche concertée et cohérente de l'activité touristique sur leur territoire. Ces derniers peuvent aussi créer leur propre observatoire du tourisme local en collectant des données sur leur territoire et les mettant à disposition des acteurs locaux et des décideurs pour mieux comprendre les enjeux du tourisme et adapter les politiques publiques en conséquence. Par exemple, les Offices de Tourisme peuvent recueillir des données sur la fréquentation touristique, les pratiques des touristes et les retombées économiques du tourisme.

---

<sup>16</sup> « Comité Départemental du Tourisme » dans *Wikipédia*, <https://urlz.fr/lFYr>.

Néanmoins, l'observation n'est pas leur mission principale : les Offices de Tourisme ont pour rôle de promouvoir et de développer l'activité touristique de leur territoire. Ainsi, leur action est centrée sur l'accueil, l'information et la commercialisation de l'offre touristique.

En ce sens, l'observation dans un Office de Tourisme « *repose [essentiellement] sur le contact des gens auprès de l'Office de Tourisme et donc ainsi sur les traces physiques laissées par les visiteurs* » (KUSEK Marie, 2020, p.38).

En règle générale, les Offices de Tourisme utilisent leur propre Source d'Information Touristique (SIT) et/ou leur propre outil de gestion de la relation client (CRM), afin de recenser les demandes qu'ils reçoivent par l'intermédiaire de leur office. Ils diffèrent d'un territoire (départemental voire intercommunal) à un autre.

En plus de cela, le transfert de compétences mis en place par la loi NOTRe n'a pas été accompagné d'une véritable sensibilisation à l'importance de l'observation locale pour les Offices de Tourisme. En conséquence, ces derniers privilégient d'autres activités, telles que la promotion de la destination et la vente de produits touristiques, au détriment de l'observation.

En somme, les Offices de Tourisme ne considèrent pas l'observation du tourisme local comme une priorité, ils ne comprennent pas son intérêt. Ainsi, on remarque un manque de ressources financières, humaines et de temps alloués à cette tâche malgré l'importance de celle-ci pour comprendre la fréquentation au sein des Offices de Tourisme. Cette situation peut s'expliquer par le manque de personnel qualifié et le manque de financement dédié à la recherche et à l'analyse de données. Toutefois, l'observation est un élément clé pour améliorer l'expérience touristique et attirer de nouveaux visiteurs, ce qui rend crucial de lui accorder une attention particulière.

En résumé, on observe un écart significatif entre l'objectif affirmé par la loi NOTRe et la situation actuelle, où l'observation du tourisme local est souvent négligée par les Offices de Tourisme.

### 3. La complémentarité de l'observation territoriale et du tourisme

Aujourd'hui, l'observation territoriale et l'observation du tourisme local sont considérées comme deux pratiques différentes. Cependant, il est important de souligner leur complémentarité et les enjeux qu'elle dégage.

#### 3.1. Les différences entre les deux...

L'observation territoriale consiste à collecter et analyser des données sur l'ensemble d'un territoire donné, qu'il s'agisse d'une région, d'un département, d'une intercommunalité ou d'une commune. Elle permet de mieux comprendre les enjeux économiques, sociaux et environnementaux du territoire, ainsi que les dynamiques territoriales en cours. L'observation territoriale s'intéresse donc à des domaines très variés tels que l'emploi, l'économie, l'aménagement du territoire ainsi que la démographie.

L'observation du tourisme local, quant à elle, se concentre sur l'activité touristique d'un territoire donné. Elle permet de suivre et d'analyser l'ensemble des flux touristiques sur le territoire, de comprendre les comportements et les attentes des touristes, d'évaluer les retombées économiques du tourisme sur le territoire par exemple.

En somme, l'observation territoriale est une approche plus large et globale de l'analyse d'un territoire, tandis que l'observation du tourisme local se concentre sur un secteur économique particulier, à savoir le tourisme.

Il est important de souligner que l'observation du tourisme ne prend généralement pas en compte le territoire. En effet, elle est centrée sur le tourisme. De ce fait, les observatoires au sein de CRT, de CDT et d'Offices de Tourisme ont tendance à se concentrer sur les données relatives à l'activité touristique, telles que les flux de visiteurs, les nuitées dans les hébergements et la fréquentation des sites touristiques.

### 3.2....Offrent une opportunité pour une analyse complémentaire

Bien que l'observation du tourisme soit utile pour comprendre l'impact économique et social du tourisme sur le territoire, elle ne permet pas toujours de saisir l'ensemble des dynamiques territoriales à l'œuvre. En effet, le tourisme ne constitue qu'une facette de la vie économique et sociale d'un territoire donné. Il est important de prendre en compte les interactions entre le tourisme et les autres activités économiques et sociales pour avoir une vision globale du territoire.

Il est donc crucial de veiller à ce que l'observation du tourisme local ne soit pas dissociée de l'observation territoriale, afin d'avoir une vision plus large et complète. Les observatoires du tourisme doivent travailler en lien étroit avec les observatoires territoriaux, pour croiser les données et mieux comprendre les dynamiques à l'œuvre sur le territoire dans leur ensemble.



En conclusion, l'observation territoriale est l'étude de l'ensemble des composantes d'un territoire (géographique, économique, social etc.). En ce sens, le tourisme n'est donc qu'une composante d'un territoire.

Néanmoins, l'observation territoriale et l'observation touristique sont complémentaires, car elles présentent des différences qui offrent une opportunité pour une analyse complémentaire. En effet, la prise en compte des particularités territoriales par l'observation territoriale et l'analyse des impacts du tourisme sur ces mêmes particularités par l'observation touristique permettent une vision plus large du tourisme. Ainsi, il est pertinent de parler d'observation des territoires touristiques plutôt que de se limiter à l'observation strictement territoriale ou touristique.

Au lendemain de politiques de décentralisation, les observatoires des territoires touristiques s'organisent de manière hiérarchisée à différents niveaux, allant du national jusqu'aux intercommunalités. Toutefois, cette organisation met à l'écart les Offices de Tourisme. Bien que les Offices de Tourisme aient obtenu la

compétence tourisme pour établir des observatoires du tourisme local, la mise en place tardive de ceux-ci rend le projet peu développé et très récent.

Ainsi, l'observation des territoires touristiques a connu de nombreuses évolutions dans son organisation. Elle a également connu des changements dans son processus qui n'aurait pu évoluer sans l'avènement des outils numériques et des données.

## CHAPITRE 3 : La data et les outils numériques au service de l'observation des territoires touristiques

Aujourd'hui, les données et les outils numériques sont omniprésents, et notamment dans le processus d'observation des territoires touristiques. En effet, l'observatoire des territoires touristiques collecte et analyse les données touristiques, aussi appelées la « data » touristique, par le biais d'outils numériques spécifiques.

### 1. La data au sein du tourisme

#### 1.1. Origine et caractéristiques de la data

Selon le dictionnaire Linternaute, la data « *est un terme anglais utilisé dans le secteur des télécommunications pour qualifier les données qui peuvent circuler par un réseau téléphonique ou un réseau informatique, hormis les données vocales.* »<sup>17</sup>. Elle est caractérisée par la règle des 5V (volumétrie, variété, véracité, vélocité et valeur). La volumétrie fait référence à la quantité de données générées chaque jour, qui ne cesse d'augmenter. La variété se réfère à la diversité des types de données, des sources et des formats. La véracité concerne la fiabilité des données. La vélocité, quant à elle, correspond à la vitesse à laquelle les données sont générées, stockées et traitées. Enfin, la valeur fait référence à la capacité de la data à être utilisée pour prendre des décisions éclairées, améliorer les processus, offrir de nouveaux produits ou services, ou encore créer de la valeur pour les utilisateurs et les entreprises.<sup>18</sup>

Au commencement, la data était principalement utilisée pour la gestion des entreprises et de l'administration publique. Dans les années 1950 et 1960, l'utilisation de systèmes informatiques pour stocker et traiter des données a

---

<sup>17</sup> « Data » dans le *Dictionnaire Linternaute*, <https://urlz.fr/la1Y>.

<sup>18</sup> Claverie Bruno, 2022, *Économie du tourisme et traitement des data* - Cours de Master 1 TIC ADTT, ISTHIA (Foix).



commencé à se développer, avec l'apparition des premiers ordinateurs et des disques durs.

Dans les années 1970 et 1980, avec l'augmentation des capacités de stockage des ordinateurs et l'amélioration des logiciels de traitement de données, l'utilisation de la data a commencé à se généraliser dans de nombreux domaines, tels que la finance, les sciences, l'industrie et le marketing.

Dans les années 1990, l'utilisation de la data s'est étendue avec l'émergence de nouveaux outils et technologies permettant de collecter, stocker et analyser des données en ligne. Cette évolution a également conduit à l'apparition du terme « big data », qui désigne une quantité importante de données numériques, qu'elles soient publiques ou privées.

Au 21ème siècle, l'importance de la data continue de croître, avec la montée en puissance de l'intelligence artificielle, de l'apprentissage automatique (machine learning en anglais) et de l'analyse prédictive. La data est maintenant considérée comme une ressource clé pour les observatoires, qui utilisent des ensembles de données de plus en plus volumineux et complexes pour prendre des décisions éclairées et améliorer la compréhension de leur domaine d'activité.

Concernant l'utilisation de ces termes informatiques dans le secteur du tourisme, on parle généralement de « data » plutôt que de « big data », bien que certaines sources de données touristiques puissent être volumineuses et complexes, telles que les données de géolocalisation, les commentaires en ligne, les réservations et les transactions. En effet, les données touristiques collectées sont généralement déjà analysées, il est plutôt rare pour les acteurs du tourisme de traiter des données brutes. Par conséquent, dans le secteur du tourisme, il est donc plus courant de parler de « data » plutôt que de « big data ».

## 1.2. Opportunités du tourisme liées à la data

Le tourisme est un secteur qui génère une quantité importante de données, provenant des réservations, des commentaires en ligne, des réseaux sociaux, des

systèmes de géolocalisation, ainsi que des enquêtes de satisfaction. Ces données offrent de nombreuses opportunités pour l'observation du tourisme et les acteurs du tourisme, notamment :

- la possibilité de mieux comprendre les comportements et les attentes des touristes ;
- l'amélioration de la gestion des flux touristiques ;
- la personnalisation de l'expérience touristique ;
- la mesure de l'impact économique et social du tourisme sur les territoires ;
- l'anticipation de l'avenir au sein du territoire touristique.

En somme, l'exploitation et l'analyse des données touristiques peuvent permettre aux acteurs du tourisme de mieux répondre aux besoins et aux attentes des touristes, tout en optimisant leur gestion des flux, leur rentabilité et leur impact sur les territoires.

## 2. Émergence de nouveaux outils pour l'observation et l'analyse touristique

L'observation et l'analyse touristique ont connu une évolution considérable avec l'émergence de nouveaux outils numériques appelés les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC).

### 2.1. Outils de quantification de la fréquentation touristique

La fréquentation est l'un des phénomènes touristiques les plus anciennement observés. Au fil des années, les méthodes d'observation de la fréquentation touristique ont évolué, passant des décomptes manuels à des méthodes plus sophistiquées telles que les outils de dénombrement automatique, d'enquêtes en ligne, la téléphonie mobile et les réseaux sociaux. Ces nouvelles méthodes permettent de collecter et d'analyser des données plus précises et en temps réel, offrant ainsi une meilleure compréhension des comportements et des attentes des

visiteurs. Les deux principaux outils leaders en matière d'observation touristique sont Flux Vision Tourisme et Kantar.

Flux Vision Tourisme est l'un des dispositifs d'observation touristique le plus connu qui utilise la téléphonie mobile pour mesurer la fréquentation touristique de zones géographiques et les déplacements de populations. En partenariat avec Orange, Tourisme & Territoires a lancé ce dispositif en 2013 en géolocalisant les mobiles du réseau Orange sur un territoire, en collectant et qualifiant les données pour les rendre anonymes. Les données sont ensuite traitées pour différencier les résidents, les touristes et les excursionnistes. Ainsi, ceci permet de fournir des indicateurs statistiques tels que les nuitées, les excursions, la provenance des touristes, leurs précédentes et futures destinations. Ce dispositif offre donc une analyse précise et détaillée de la fréquentation touristique pour aider les acteurs du tourisme à mieux comprendre les comportements des visiteurs et à améliorer leur offre de services.

Créée en 2018, Kantar est une entreprise internationale spécialisée dans les études de marché, la publicité, les médias et les données. Kantar peut fournir des données sur la fréquentation touristique, la satisfaction des visiteurs, les dépenses touristiques et les comportements d'achat. Ces données peuvent être utilisées pour créer des profils de visiteurs, identifier les segments de marché et comprendre les préférences et les besoins des visiteurs. En France, elle est notamment chargée de l'envoi papier et web du Suivi de la Demande Touristique.

## 2.2. Outils de datavisualisation

Au sens littéral, la datavisualisation permet de visualiser les données. Elle emploie des « *outils graphiques afin de traduire des quantités importantes de données en visuels compréhensibles. Elle rend intelligibles les données collectées afin de transmettre des informations via des représentations accessibles à tous* »<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Sales Forces, *Qu'est-ce que la Data visualization (Dataviz)?*, <https://urlz.fr/la3n>, consulté le 06 mars 2023.

En ce sens, la transmission d'informations implique le partage, qui est l'une des missions d'un observatoire comprenant également la datavisualisation.

### 2.2.1. Excel : un outil de base et accessible à tous

Excel est un outil de base de datavisualisation largement utilisé et connu de tous car il offre des fonctionnalités de graphiques et de tableaux croisés dynamiques. En effet, il est possible de créer des graphiques tels que des histogrammes, des diagrammes en courbes ou encore des graphiques en secteurs. Les tableaux croisés dynamiques permettent de regrouper et d'analyser des données en fonction de différentes variables, ce qui peut aider à identifier des tendances ou des relations entre différents éléments.

Bien que d'autres outils de datavisualisation plus avancés existent, Excel reste une solution accessible et polyvalente pour visualiser et analyser les données au sein des observatoires touristiques.

### 2.2.2. Des outils propres à la datavisualisation

Power BI est un logiciel de datavisualisation développé par Microsoft, il est une sorte d'extension d'Excel. Il permet de créer des tableaux de bord interactifs et des visualisations à partir de données provenant de sources variées telles que des fichiers Excel, des bases de données ou des services cloud.

VisitData est une plateforme de datavisualisation spécialisée dans l'analyse des données touristiques. Il permet d'analyser les données de fréquentation collectées par des organisations telles que Flux Vision Tourisme. VisitData utilise la plateforme Power BI pour faciliter la création de rapports touristiques personnalisés et adaptés aux besoins spécifiques de l'analyse touristique. Grâce à cette intégration, VisitData bénéficie des fonctionnalités avancées de Power BI pour offrir des analyses de données approfondies et des visualisations riches en informations pour les acteurs du tourisme.

Nvisio est également un logiciel de datavisualisation qui permet de transformer des données complexes en visualisations interactives et dynamiques. Il permet de créer des graphiques, des cartes interactives, des tableaux de bord et des infographies personnalisées. Nvisio propose également des fonctionnalités avancées de modélisation de données pour aider à comprendre les relations entre différentes variables et éléments.

En somme, ces trois outils offrent des fonctionnalités avancées de datavisualisation pour aider à analyser et comprendre les données touristiques au sein des observatoires touristiques.

### 2.2.3. Le codage informatique

Le codage informatique est un outil puissant de datavisualisation qui peut aider l'observation touristique à mieux comprendre les tendances de l'industrie et à prendre des décisions plus éclairées. À l'aide d'un éditeur de code et d'un programme, les données collectées auprès des voyageurs peuvent être ainsi transformées en visualisations claires et concises. Il existe une variété de langages de programmation, qui sont souvent appelés scripts, parmi lesquels les plus couramment utilisés dans la datavisualisation sont Python, R et Javascript.

Le codage informatique permet également de représenter visuellement les données géographiques, comme les lieux les plus visités, les itinéraires populaires et les pics de fréquentation touristique. Les cartes interactives, les graphiques et les tableaux de bord peuvent aider les entreprises touristiques à comprendre les tendances saisonnières, les variations de prix et les comportements de réservation.

Bien que le codage informatique puisse être appris en autodidacte ou via une formation, cela ne le rend pas moins complexe à maîtriser. Autrement dit, il faut du temps (et parfois des moyens financiers) pour acquérir des compétences en codage informatique.

## 2.3. Outils favorisant le partage et la structuration de la data touristique

### 2.3.1. Les Sources d'Information Touristique (SIT)

Les SIT sont des outils informatiques destinés à la collecte, au traitement, à la gestion et à la diffusion de l'information touristique. Les SIT sont utilisés par les professionnels du tourisme, les Offices de Tourisme, les collectivités territoriales et les autres organismes impliqués dans la promotion touristique. Les SIT les plus connus sont Apidae, Tourinsoft et Constellation.

Les SIT permettent de regrouper l'ensemble des informations touristiques dans une base de données unique, qui est mise à jour régulièrement. Les informations peuvent inclure des données sur les sites touristiques, les hébergements, les restaurants, les activités de loisirs, les événements culturels et sportifs ainsi que les itinéraires touristiques par exemple.

Les SIT peuvent également être utilisés pour produire des guides touristiques, des cartes interactives, des applications mobiles et des bornes interactives pour aider les visiteurs à planifier leur voyage et à découvrir la région.

Les SIT sont souvent utilisés en combinaison avec d'autres outils de gestion de l'information, tels que les systèmes de réservation, les systèmes de paiement en ligne, les systèmes de gestion des relations avec les clients (CRM) etc. Cela permet aux professionnels du tourisme de gérer efficacement leur entreprise et de fournir des services de haute qualité aux visiteurs. Prenons l'exemple du Tarn-et-Garonne qui teste Apitour, un outil CRM en co-création avec le SIT Apidae. Il est possible de conseiller le visiteur par rapport aux fiches présentes dans Apidae ainsi qu'enregistrer des données sur le touriste telles que la provenance, sa typologie familiale et notamment la durée de son séjour.

Les SIT peuvent être développés sur mesure pour répondre aux besoins spécifiques de chaque région. C'est notamment le cas de l'Occitanie. Le CRTL Occitanie a développé le Hub d'Information Touristique (HIT) afin de proposer une mutualisation de la donnée entre les treize départements de la région.

### 2.3.2. L'Open Data

Au sens littéral, le terme « Open Data » se traduit par les données ouvertes (qui peuvent être publiques ou privées). Autrement dit, elles sont en libre accès à tous. L'Open Data se base sur quatre principes :

- la disponibilité qui donne l'accès aux données ;
- la réutilisation des données afin de les croiser et d'en créer des nouvelles ;
- la participation universelle pour que tout le monde puisse les utiliser ;
- l'interopérabilité et la mutualisation des données afin de travailler ensemble.

L'Open Data a commencé à se développer à la fin des années 2000, avec l'émergence de la technologie numérique et l'augmentation des quantités de données disponibles. Les gouvernements, les organisations et les entreprises ont commencé à reconnaître la valeur des données et ont commencé à les publier pour le bénéfice du public et des entreprises.

En 2007, les États-Unis ont lancé le projet Data.gov, qui vise à rendre les données publiques du gouvernement accessibles au public. D'autres pays ont rapidement suivi, tels que la France avec data.gouv.fr et OpenDataSoft en 2011. Les données portent sur différents domaines tels que la santé, l'emploi, les élections, le tourisme et bien d'autres encore. Ces données peuvent être produites par des ministères, des collectivités locales, des acteurs privés ainsi que des citoyens.<sup>20</sup>

Plus récemment, la plateforme DATAtourisme a vu le jour en 2015 au lendemain de la NOTRe. Elle est « *un dispositif national de collecte et de diffusion en Open Data des données institutionnelles relatives au recensement de l'offre touristique* »<sup>21</sup>, ce qui exclut les données statistiques telles que la fréquentation touristique et la capacité d'accueil par exemple.

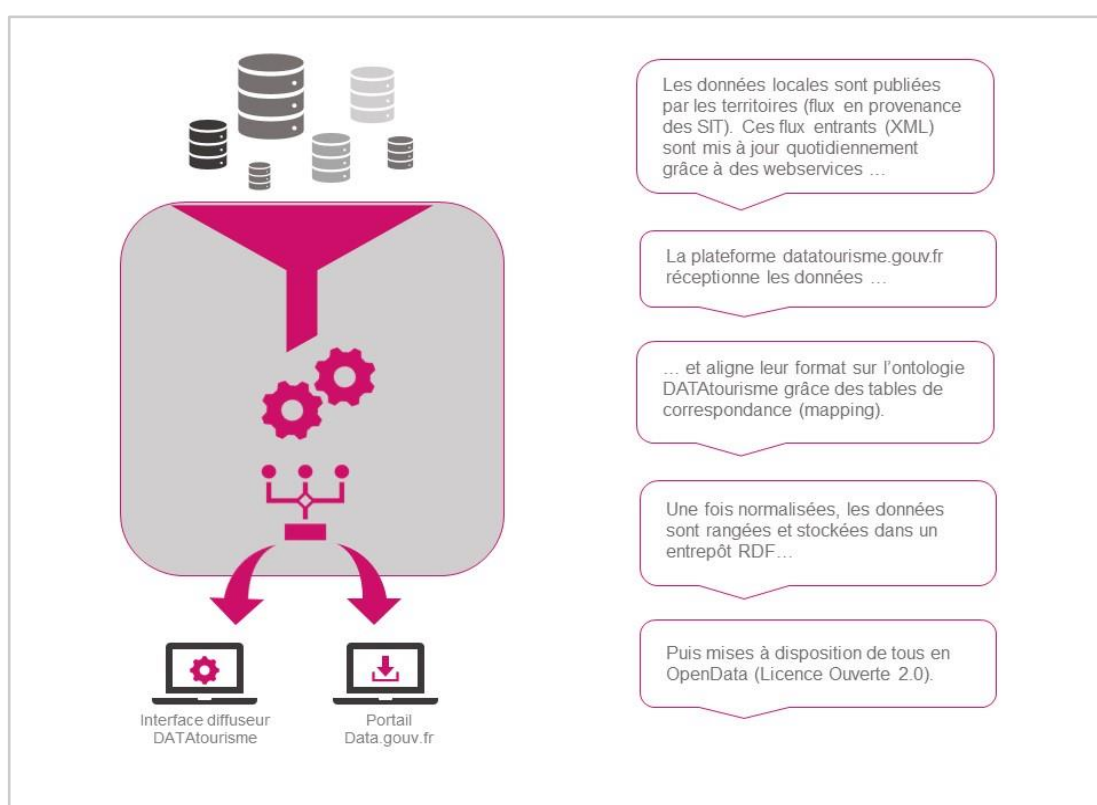
---

<sup>20</sup> Data.gouv, *Qu'est-ce data.gouv.fr ?*, <https://urlz.fr/lajx>, consulté le 08 mars 2023.

<sup>21</sup> Data.gouv, *DATAtourisme, la base nationale des données publiques d'information touristique en Open Data*, <https://urlz.fr/lajy>, consulté le 08 mars 2023.

Ainsi, DATAtourisme crée « *un langage universel pour décrire les points d'intérêts touristiques. C'est un standard sémantique ouvert, universel, simplifié et évolutif qui harmonise le vocabulaire de chaque SIT sans les remplacer* » (KUSEK Marie, 2020, p.50). DATAtourisme présente l'avantage de permettre à chaque territoire de conserver la propriété de ses données touristiques et de les publier de manière progressive en fonction de leurs besoins et de leur disponibilité.

Figure 2 : Schéma du fonctionnement de la plateforme DATAtourisme<sup>22</sup>



## 2.4. Outils de cartographie

Les outils de cartographie peuvent être utilisés comme des outils de datavisualisation touristique efficaces pour présenter les données touristiques sous forme de cartes interactives et attrayantes. Les cartes peuvent être utilisées pour représenter les emplacements des sites touristiques, les itinéraires de voyage, les hébergements, les restaurants, les attractions, la fréquentation touristique et la

<sup>22</sup> DATAtourisme, *La plateforme*, <https://urlz.fr/lajG>, consulté le 08 mars 2023.



répartition géographique des visiteurs. Ces données peuvent être intégrées aux cartes pour donner une meilleure compréhension des tendances et des habitudes de voyage.

Il existe de nombreux outils de cartographie en ligne gratuits ou payants disponibles pour créer des visualisations de données touristiques, tels que Google Maps, ArcGIS, QGIS etc. Ces outils offrent une variété de fonctionnalités pour personnaliser les cartes et les rendre interactives, ce qui les rend particulièrement adaptés pour la datavisualisation touristique. Par ailleurs, avec le HIT du CRTL Occitanie, il est possible d'exporter des données de recensement et de les afficher sur une carte via le logiciel QGIS.

Tout comme le codage informatique, il est possible d'acquérir cette compétence en autodidacte ou via une formation. Néanmoins, cela exige un investissement de temps significatif pour la maîtriser, ainsi que, parfois, des moyens financiers.

### 3. Les limites des NTIC et de la data dans l'observation des territoires touristiques

Bien que les NTIC et la data touristique aient participé activement à l'évolution du processus d'observation, ils présentent des limites qui montrent que leur utilisation et leur utilité ne sont pas encore totalement maîtrisées par tous les acteurs du tourisme.

#### 3.1. Une data touristique complexe difficilement collectée et partagée

La collecte et le partage de données touristiques peuvent s'avérer difficiles pour plusieurs raisons. Tout d'abord, la collecte de données peut être complexe et fastidieuse pour les acteurs du tourisme, car elle implique souvent une coordination entre plusieurs acteurs qui ne comprennent pas forcément l'intérêt de l'observation et la néglige. De plus, la qualité et la fiabilité de ces données peuvent varier considérablement, ce qui rend leur utilisation difficile.

En ce qui concerne l'ouverture des données, bien que de plus en plus d'acteurs du tourisme s'orientent vers l'Open Data, cela peut s'avérer complexe pour les utilisateurs finaux, qui peuvent avoir des difficultés à comprendre et à utiliser les données proposées. Les données peuvent également être incomplètes ou obsolètes, ce qui rend leur utilisation difficile voire impossible.

### 3.2. Qui donne lieu à une observation touristique majoritairement quantifiée

Depuis le début de l'observation touristique, les données sont majoritairement quantifiées car elles permettent d'obtenir des analyses avec des chiffres concrets et mesurables. Les données quantitatives peuvent fournir des informations sur la taille du marché, la fréquentation, les tendances ainsi que les dépenses. Ces données sont facilement collectées à grande échelle à l'aide de diverses méthodes telles que les enquêtes quantitatives, les statistiques, les relevés de compteurs, ainsi que les analyses de données transactionnelles.

De plus, les données quantitatives sont plus faciles à analyser que les données qualitatives car elles peuvent être traitées à l'aide d'outils d'analyse statistique standardisés et automatisés. Cela permet d'éviter un travail manuel et chronophage.

Enfin, les données quantitatives sont souvent plus faciles à partager entre les différentes parties prenantes, car elles sont plus objectives et transparentes, même s'il est possible de choisir quel(s) chiffre(s) sera(ont) communiqué(s). Cela facilite la prise de décisions fondées sur des preuves et permet de mieux comprendre les enjeux économiques liés au tourisme.

Néanmoins, les données qualitatives sont également importantes pour comprendre les comportements et les motivations des touristes, ainsi que pour identifier les problèmes et les opportunités d'amélioration de l'offre touristique.

À l'avenir, il sera donc important de trouver un équilibre entre les données quantitatives et qualitatives pour une compréhension complète du tourisme.

### 3.3. Sans tenir compte des territoires

Bien que le tourisme soit un phénomène systémique, on constate que l'observation touristique se concentre généralement sur les aspects purement touristiques et quantitatifs tout en négligeant les indicateurs liés au territoire. En effet, les bilans et autres rapports touristiques se concentrent essentiellement sur la fréquentation, les dépenses et la répartition de l'offre touristique.

Cette approche peut conduire à une vision biaisée de la réalité touristique d'un territoire. En effet, l'observation des territoires touristiques ne devrait pas se limiter pas aux statistiques quantitatives seulement. L'analyse qualitative peut permettre d'explorer des dimensions telles que la qualité de vie, la diversité des activités proposées, la préservation de l'environnement et la valorisation du patrimoine. Or, ces éléments sont essentiels pour une analyse complète et pertinente de l'impact du tourisme sur un territoire.

Ainsi, tendre vers une observation des territoires touristiques plus qualitative et holistique permettrait donc une vision plus juste et complète des enjeux touristiques et territoriaux.



Pour conclure, l'exploitation de la data touristique et des outils numériques représente une source d'avantages pour le secteur du tourisme, en facilitant la prise de décision des acteurs et en leur permettant d'adapter leur offre aux attentes des touristes, tout en optimisant leur gestion des flux et leur impact économique et environnemental sur les territoires.

Les NTIC tels que les outils de datavisualisation, de cartographie et de centralisation de données, permettent d'obtenir des informations précieuses sur les flux touristiques et la fréquentation des sites.

Cependant, il est important de noter que la collecte de données touristiques est encore compliquée à ce jour, pouvant affecter le processus d'observation.

L'une des autres limites des NTIC et de la data dans l'observation des territoires touristiques est l'approche majoritairement touristique et quantitative, qui néglige les territoires touristiques ainsi que les aspects qualitatifs.

## CONCLUSION DE LA PREMIÈRE PARTIE

En conclusion, l'observation touristique est un processus crucial qui comprend la collecte, l'analyse et le partage de données touristiques. Le tourisme étant étroitement lié aux particularités territoriales, il est essentiel de prendre en compte ces aspects pour fournir des informations précises sur les impacts du tourisme et pour orienter les décisions des acteurs locaux. L'observation territoriale et touristique sont complémentaires et permettent une vision plus large du tourisme dans une optique de développement des territoires. Ainsi, le terme d'observation des territoires touristiques est à utiliser pour mettre en lumière cette complémentarité.

L'organisation des observatoires des territoires touristiques a connu de nombreuses évolutions et l'utilisation des outils numériques représente une source d'avantages pour le secteur du tourisme.

Toutefois, il est important de noter que l'utilisation d'outils numérique et des données au sein du processus d'observation présente des limites. En effet, la collecte de données touristiques reste complexe en dépit de l'usage des NTIC et l'analyse est encore essentiellement quantitative malgré la nécessité de prendre en compte les aspects qualitatifs et les données territoriales.

Face aux éléments exposés dans cette première partie, nous pouvons ainsi nous demander :

**En quoi les évolutions des outils numériques et de traitement de la data impactent le processus d'observation et d'interprétation des données des territoires touristiques ?**

**DEUXIÈME PARTIE :**  
**LES IMPACTS DE L'UTILISATION DES**  
**NTIC ET DE LA DATA AU SEIN DE**  
**L'OBSERVATION TOURISTIQUE**

## INTRODUCTION DE LA DEUXIÈME PARTIE

L'observation et l'analyse touristique sont des enjeux clés pour les acteurs du tourisme, afin de mieux comprendre les comportements des touristes et d'optimiser les processus d'observation. Avec l'avènement des NTIC et de la data, les possibilités offertes pour améliorer ces processus sont nombreuses. Cependant, de nombreuses limites se dessinent de jour en jour. Parmi celles-ci, nous avons décidé d'en étudier trois.

Dans un premier temps, nous aborderons la complexité d'assimiler les nouveaux outils numériques dans l'observation et l'analyse touristique par les acteurs du tourisme, en montrant comment cette transition peut être difficile pour certaines entreprises ou organisations.

Dans un deuxième temps, nous soulignerons l'incapacité de faire évoluer les modèles d'analyses touristiques et les indicateurs touristiques, en décrivant comment l'utilisation des données peut nécessiter une révision des méthodes de collecte et d'analyse.

Enfin, le troisième chapitre examinera l'impossibilité de tendre vers une uniformisation de la data touristique malgré l'aide des outils numériques, en observant comment les différences culturelles, régionales ou sectorielles peuvent influencer les données collectées.

# CHAPITRE 1 : La complexité d'assimiler les nouveaux outils numériques dans l'observation et l'analyse touristique par les acteurs du tourisme

Aujourd'hui, le tourisme est fortement impacté par les outils numériques. En effet, ils offrent de nouvelles possibilités d'observation et d'analyse touristique aux acteurs du secteur.

Malgré les nombreux avantages qu'ils présentent, l'évolution rapide et constante des NTIC complique de plus en plus leur assimilation par les acteurs du tourisme.

## 1. Les objectifs des NTIC au sein de l'observation et l'analyse touristique

Aujourd'hui, les NTIC ont pris une place prépondérante dans tous les domaines, y compris celui du tourisme. En effet, les NTIC jouent un rôle crucial dans l'observation et l'analyse touristique permettant d'atteindre divers objectifs (communs ou non) par le biais de la collecte et l'analyse de très grandes quantités de données touristiques.

### 1.1. Comprendre le comportement des touristes

L'un des principaux objectifs des NTIC dans l'observation touristique est de permettre une meilleure compréhension du phénomène touristique, et plus particulièrement du comportement et des caractéristiques des touristes qui visitent un territoire. Les NTIC offrent une grande variété d'outils pour collecter et analyser des données quantitatives et qualitatives du tourisme, tels que les statistiques de fréquentation, les commentaires sur les sites touristiques et les réseaux sociaux, les données de géolocalisation ainsi que le recensement de l'offre touristique. Grâce à ces outils, il est possible d'avoir une meilleure compréhension



des tendances touristiques, des préférences des visiteurs et de leur comportement.

Un exemple concret de l'utilisation des NTIC dans l'observation touristique est l'analyse de données de géolocalisation collectées par des entreprises comme le fait Flux Vision Orange. Ces données mobiles collectées permettent de suivre les itinéraires des touristes et de comprendre les lieux touristiques les plus visités, ainsi que les périodes de forte affluence. Elles peuvent également fournir des informations sur les lieux précédant le séjour touristique, permettant ainsi de mieux comprendre les comportements et les habitudes de voyage des touristes.

Concernant les commentaires sur les sites touristiques et les réseaux sociaux, les NTIC peuvent aider à collecter et à analyser des données qualitatives afin de comprendre les opinions des touristes sur la qualité des services touristiques, les expériences positives et négatives ainsi que les préférences culturelles. Ainsi, on parle de suivi de l'e-réputation. L'e-réputation dans le tourisme se réfère à la perception qu'ont les clients d'un établissement touristique sur Internet. Elle est principalement basée sur les commentaires et les évaluations publiés par les clients sur les sites d'avis en ligne tels que TripAdvisor, Booking.com, Google Maps et Yelp. Au vu du grand nombre de sites d'avis existant, un outil regroupant les avis de tous ces sites a vu le jour : FairGuest. C'est une « *solution d'observation en ligne développée par Raccourci permettant de suivre et d'analyser les avis déposés par les vacanciers suite à leur séjour* ». <sup>23</sup>

Pour ce qui est du recensement de l'offre touristique, les NTIC permettent de collecter des informations sur les hébergements, les restaurants, les sites touristiques, les transports, les emplois touristiques et d'autres services touristiques disponibles dans un territoire. Ces données peuvent être le nombre d'équipements touristiques, leur capacité, les labels et bien d'autres encore : il existe autant de données que de caractéristiques. Elles sont collectées par le biais d'enquêtes réalisées par l'INSEE qui conduisent à des rapports et/ou des bases de données à utiliser tels que la Base Permanente des Équipements, l'Enquête de

---

<sup>23</sup> Aveyron Tourisme Pro, *Fairguest, Maîtriser sa e-reputation*, <https://urlz.fr/lc3f>, consulté le 12 mars 2023.

fréquentation des hébergements ou celle des emplois touristiques saisonniers ou non par exemple.

### 1.2. Aider à améliorer les politiques touristiques

La compréhension du phénomène touristique et l'amélioration des politiques touristiques sont étroitement liées. Pour élaborer une stratégie touristique efficace, il est crucial de comprendre les tendances et les comportements touristiques actuels. En utilisant les données touristiques collectées, les décideurs peuvent élaborer des politiques touristiques plus efficaces permettant de mieux adapter l'offre touristique et d'optimiser les ressources disponibles tout en prenant en compte les divers enjeux du territoire. En somme, il est nécessaire « *de mieux connaître et comprendre les visiteurs pour ajuster les politiques [...] [et] répondre aux enjeux du tourisme de demain* »<sup>24</sup>.

Prenons le cas du Parc national des Calanques de Marseille qui est un site naturel protégé dont le nombre de visiteurs est en constante progression atteignant les 2 millions de visiteurs en 2019 et les 3 millions en 2021<sup>25</sup>. En raison de la fragilité de l'écosystème et de la pression touristique croissante, les autorités locales ont mis en place des restrictions de régulation pour protéger les Calanques à partir de l'été 2022 : certaines plages, comme celles de Sugiton et des Pierres tombées, ont été limitées à 400 visiteurs par jour, alors qu'elles accueillaient normalement jusqu'à 2 500 personnes par jour<sup>26</sup>.

### 1.3. Faciliter l'analyse et optimiser le processus d'observation

De la collecte au partage des données, les NTIC ont grandement amélioré les différentes étapes du processus d'observation du tourisme. En utilisant les outils numériques au sein d'observatoires touristiques, les professionnels peuvent

---

<sup>24</sup> David Giulia, 2023, « Flux : du potentiel des données à la connaissance des comportements », *Espace Le tourisme du bien vivre ensemble*, Janvier 2023, Hors-série, p. 72-75.

<sup>25</sup> DemarchesAdministratives.fr, *Parc national des Calanques : pour y aller, il vous faudra désormais un permis de visite*, <https://urlz.fr/lc3I>, 22 avril 2022, consulté le 15 mars 2023.

<sup>26</sup> Ouest-France, *Marseille. Face au surtourisme, certaines calanques désormais accessibles uniquement sur réservation*, <https://urlz.fr/lc3O>, 26 juin 2022, consulté le 15 mars 2023.

facilement accéder à des quantités considérables de données touristiques très rapidement voire en temps réel.

Lors de la collecte et de l'analyse, divers outils analytiques permettent de traiter rapidement et efficacement les données touristiques tel que l'intelligence artificielle et plus particulièrement le machine learning. En effet, « les algorithmes de Machine Learning apprennent de manière autonome à effectuer une tâche ou à réaliser des prédictions à partir de données et améliorent leurs performances au fil du temps »<sup>27</sup>. Ainsi, ces outils peuvent être utilisés pour automatiser des tâches telles que l'analyse de données, la prédiction des tendances futures, l'optimisation des prix et l'amélioration de la personnalisation de l'expérience touristique. Cela permet aux entreprises touristiques de prendre des décisions plus rapidement et plus efficacement, en fonction des données collectées.

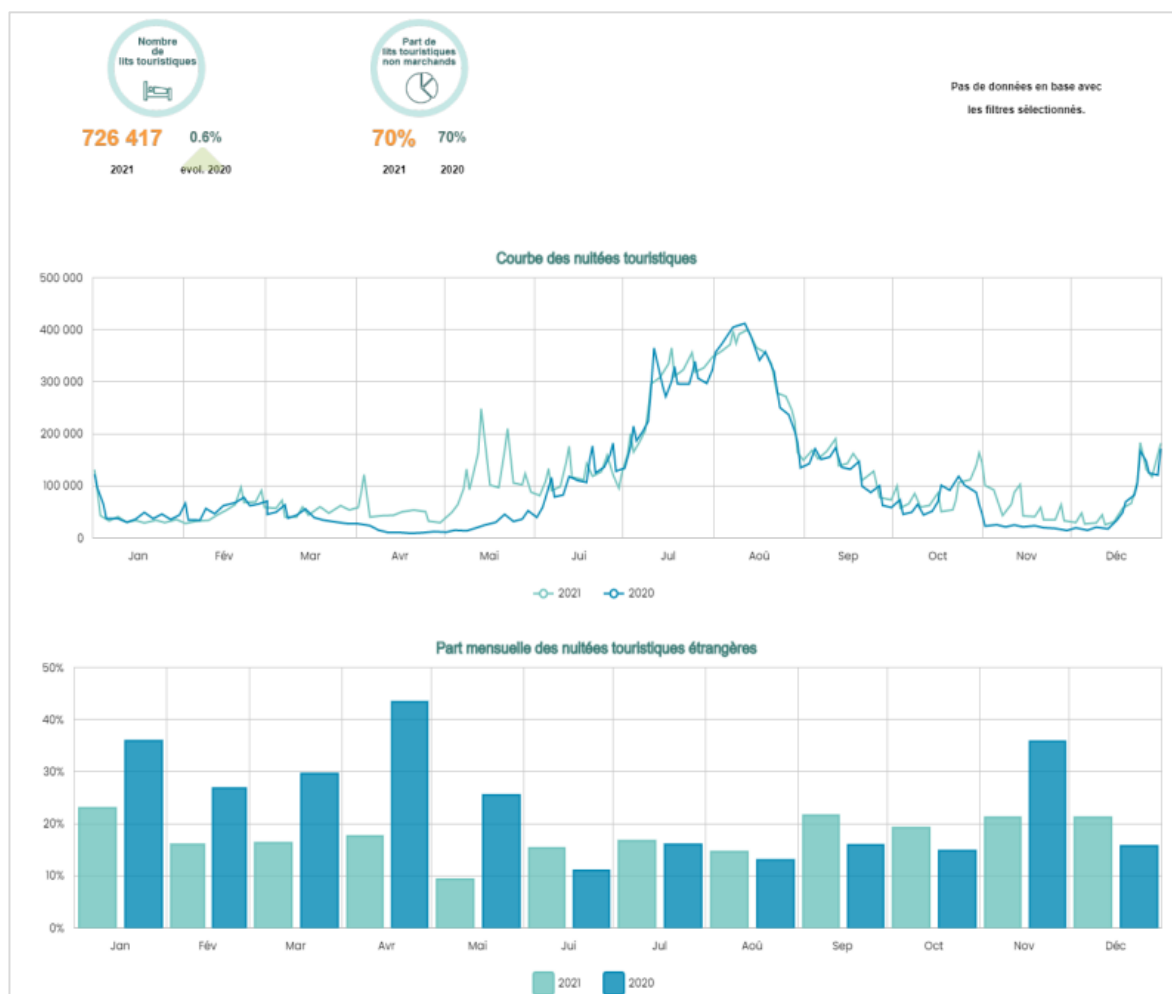
Pour ce qui est du partage des informations, les outils de visualisation de données permettent également aux entreprises de mieux comprendre et de communiquer les informations extraites des données. Les graphiques, les tableaux de bord et les cartes peuvent être utilisés pour présenter les données de manière claire et concise, ce qui facilite la prise de décision et la communication des informations.

Prenons le cas de l'observatoire de Charentes Tourisme et de sa plateforme d'intelligence touristique nommée Zéphyr, qui utilise l'outil de datavisualisation Nvisio pour son fonctionnement. Parmi les différents modules proposés, il y a plusieurs tableaux de bord avec de nombreux indicateurs sur différents secteurs d'activités du tourisme. Il est possible de rester sur la plateforme pour accéder à des fonctionnalités interactives ainsi que d'exporter la vue du tableau de bord en format PDF.

---

<sup>27</sup> DataScientest, *Machine Learning : Définition, fonctionnement, utilisations*, <https://urlz.fr/lc41> , consulté le 16 mars 2023.

Figure 3 : Capture d'écran d'un des tableaux de bord proposé par la plateforme Zéphyr de Charentes Tourisme<sup>28</sup>



#### 1.4. Sensibiliser à la data par des formations proposées par les CRT, ADT et autres organismes

« La transformation de l'économie touristique et les évolutions qu'elles entraînent amènent à repenser les organisations et les métiers »<sup>29</sup>, ce qui nécessite une mise à jour régulière des compétences et des connaissances pour les professionnels du tourisme. L'avènement des NTIC a engendré une profusion en grande quantité de données, ce qui a suscité une demande accrue de la part des acteurs du tourisme

<sup>28</sup> Zéphyr Charentes Tourisme, *Tableaux de bord*, <https://urlz.fr/lc44>, consulté le 16 mars 2023.

<sup>29</sup> CRTL Occitanie, Programme Régional de Formation : Organismes locaux, entreprises du tourisme, <https://urlz.fr/lc47>, consulté le 18 mars 2023.

qui ne possèdent pas nécessairement les compétences requises ou ont des compétences obsolètes pour faire face à ces nouvelles pratiques.<sup>30</sup>

Afin de sensibiliser le grand public et les professionnels à l'importance de la data et de ses évolutions, de nombreux organismes tels que les CRT ou les ADT/CRT proposent des formations spécifiques pour aider les gens à mieux comprendre et utiliser les NTIC ainsi que la data touristique.

Ainsi, le Plan Régional de Formation mis en place par le CRTL Occitanie est une réponse concrète à cette évolution en permettant aux professionnels du tourisme de la région de se former aux nouvelles technologies et à l'utilisation de la data pour améliorer leur activité touristique. Les sessions de formation sont animées par des experts spécialisés dans un ou plusieurs NTIC. En plus d'acquérir de nouvelles compétences, ces formations sensibilisent à l'utilisation de ces outils pour améliorer la compréhension de leur activité et donc à la prise de décision.

S'ajoute à cela,

*« une série de diplômes et une multiplication des formations dans ce domaine. Cette montée en puissance du tourisme nous pousse à intégrer dans nos formations de nouveaux référentiels, tout en prenant en compte l'évolution des métiers du tourisme en faisant une veille permanente, liée notamment à l'innovation du secteur »<sup>31</sup>.*

Il existe notamment la Licence Professionnelle NTIC appliquées au tourisme et le Master TIC appliquées au développement des territoires touristiques disponibles sur le Campus de l'ISTHIA à Foix.

En encourageant une meilleure compréhension de la data, ces formations contribuent donc à améliorer la compétitivité des entreprises et à stimuler l'innovation dans tous les secteurs de l'économie dont le tourisme.

---

<sup>30</sup> Daubon Mathieu, 2015, « LA FORMATION, levier du développement du tourisme institutionnel », *Espaces Nouveaux enjeux de la formation professionnelle*, Mars-Avril 2015, n°323, p. 86-90.

<sup>31</sup> Rayssac Sébastien, 2013, « Une filière professionnelle complexe. Tourisme urbain, Tourisme en ville, Association du Dialogue Métropolitain de Toulouse », p.58-59.

## 2. Des objectifs éloignés de la réalité

Les NTIC ont le potentiel de jouer un rôle clé dans la gestion efficace de l'activité touristique en permettant une meilleure collecte et analyse des données ainsi que la communication et la promotion de l'activité via les canaux en ligne. Cependant, la réalité est que leur utilisation dans l'observation touristique est loin d'être optimale, et le fossé continue de se creuser à mesure que les technologies évoluent rapidement.

### 2.1. Insuffisance de formations et donc de connaissances techniques

L'une des principales difficultés rencontrées est l'insuffisance de formations et donc de connaissances techniques des NTIC au sein de l'observation touristique. En effet, les technologies évoluent rapidement et les outils informatiques et numériques sont de plus en plus sophistiqués. Il est donc nécessaire pour les professionnels de l'observation touristique de se former régulièrement pour rester à jour et être en mesure d'exploiter au mieux les outils numériques à leur disposition.

Cependant, les formations liées aux NTIC sont insuffisantes, voire inexistantes. Les professionnels de l'observation touristique ne sont souvent pas formés aux outils numériques les plus récents et ne disposent pas des compétences techniques nécessaires pour les utiliser efficacement.

Cela peut entraîner des erreurs dans la collecte et l'analyse des données, ou des problèmes de sécurité informatique. Cela peut également rendre l'utilisation des NTIC plus difficile et moins efficace, ce qui peut en conséquence limiter la capacité de l'observation touristique à répondre aux besoins et aux attentes des différents acteurs impliqués dans l'activité touristique.

Pour remédier à cette situation, il est important de continuer à développer des programmes de formation spécifiques pour les professionnels de l'observation touristique, qui couvrent les différents aspects des NTIC, y compris la collecte et l'analyse des données, la gestion de la sécurité informatique, ainsi que la

communication et la promotion de l'activité touristique via les réseaux sociaux et autres canaux en ligne.

Il est également important que les gouvernements, les associations et les organisations professionnelles reconnaissent l'importance de la formation et de l'éducation continue dans le domaine des NTIC pour l'observation touristique, et qu'ils investissent dans des programmes de formation adaptés aux besoins des professionnels du secteur.

En somme, l'insuffisance de formations et de connaissances techniques des NTIC au sein de l'observation des territoires touristiques est un problème qui doit être résolu pour permettre une utilisation optimale des outils numériques et une gestion efficace de l'activité touristique. Cela nécessite des investissements et des efforts concertés de la part des acteurs du secteur, mais cela conduirait à des résultats significatifs pour l'observation des territoires touristiques de demain.

## 2.2. Manque de moyens humains, financiers et de temps

Le manque de divers moyens peut constituer un obstacle majeur pour l'utilisation des NTIC au sein des observatoires touristiques.

En ce qui concerne les moyens humains, l'utilisation des NTIC nécessite des compétences spécifiques en matière de technologie de l'information et de la communication, de statistiques, de traitement de données ainsi que de marketing digital. Les observatoires touristiques doivent donc disposer de personnel qualifié et formé pour utiliser ces technologies de manière efficace et productive. Cependant, recruter et former du personnel qualifié peut être coûteux et prendre du temps.

Le manque de moyens financiers peut également constituer un obstacle important à l'utilisation des NTIC. Les observatoires touristiques ont souvent des budgets limités pour leurs activités, et l'acquisition et la maintenance des équipements informatiques et des logiciels nécessaires peuvent être coûteuses. De plus, les

coûts de formation et de développement de compétences en matière de NTIC peuvent également être élevés.

Le manque de temps est un autre obstacle important. Les observatoires touristiques doivent souvent réaliser de nombreuses tâches différentes dans des délais serrés, et l'utilisation des NTIC peut nécessiter un temps considérable pour la collecte, le traitement et l'analyse des données. Par ailleurs, il n'est pas rare de voir la mission observation attribuée à des personnes ayant d'autres tâches parfois considérées comme plus importantes, négligeant ainsi l'observation touristique.

Les observatoires touristiques doivent donc trouver un équilibre entre l'utilisation des NTIC et les autres tâches importantes qu'ils doivent accomplir.

Dans l'ensemble, le manque de moyens humains, financiers et de temps peut constituer un défi majeur pour les observatoires touristiques qui cherchent à utiliser les NTIC pour améliorer leur performance. Cependant, en trouvant des solutions créatives pour surmonter ces obstacles, les observatoires touristiques peuvent tirer parti des avantages offerts par les NTIC pour améliorer leur efficacité, leur productivité et leur pertinence.

### 2.3. Méconnaissance d'un lien transversal entre la data territoriale et touristique par les acteurs du tourisme

En raison de la méconnaissance d'un lien entre la data territoriale et touristique, l'assimilation des nouveaux outils numériques dans l'observation et l'analyse touristique peut être complexe pour les acteurs du tourisme.

Le tourisme est une activité fortement liée aux territoires, et les données territoriales (telles que les données géographiques, démographiques et économiques.) peuvent fournir des informations importantes pour comprendre et analyser le tourisme dans un territoire. Cependant, les acteurs du tourisme peuvent ne pas avoir une compréhension suffisante de la manière dont ces données peuvent être collectées, analysées et utilisées pour améliorer leur compréhension du marché touristique.



Par exemple, les données géographiques telles que les frontières des zones touristiques, les zones de loisirs, les sites touristiques, les parcs naturels, les zones de transport, peuvent aider à comprendre les modèles de fréquentation touristique et les flux de visiteurs. Les données démographiques peuvent fournir des informations sur la composition de la population locale et sur la manière dont les différents groupes de visiteurs sont représentés. Les données économiques, quant à elles, peuvent aider à comprendre les sources de revenus du tourisme, les coûts des services et les opportunités économiques pour les entreprises locales.

De plus, les données touristiques elles-mêmes peuvent être difficiles à collecter et à analyser, en particulier lorsque les acteurs du tourisme n'ont pas accès aux outils numériques nécessaires pour le faire. Par exemple, les données sur les réservations d'hébergements, les flux touristiques ou les comportements des visiteurs peuvent être difficiles à obtenir sans des outils de suivi et de collecte des données appropriés, qui sont généralement payants.

Enfin, l'analyse de données est encore considérée comme un domaine complexe et spécialisé, nécessitant une certaine expertise en matière de statistiques, de modélisation et de visualisation de données. Les acteurs du tourisme qui ne sont pas formés à ces compétences peuvent avoir du mal à interpréter les données et à en tirer des conclusions pertinentes pour leur activité. Cette complexité peut également être accentuée par le manque de normes et de standards pour la collecte et l'analyse des données touristiques, ainsi que par la nature fragmentée et complexe du secteur touristique.



L'émergence des NTIC a permis une meilleure compréhension du comportement des touristes, facilitant ainsi l'observation et l'optimisation des processus, ainsi que la prise de conscience des acteurs du tourisme quant à l'importance de la data.

Toutefois, l'utilisation des NTIC présente plusieurs limites lorsqu'il s'agit d'observer les territoires touristiques. La rapidité avec laquelle ces outils évoluent nécessite des compétences (et des formations) en constante évolution, ainsi que des moyens humains, financiers et temporels insuffisants pour suivre ces avancées.

Par ailleurs, la méconnaissance du lien entre les données territoriales et touristiques complique l'utilisation des outils numériques pour l'observation des territoires touristiques. Les données territoriales sont nécessaires pour comprendre le tourisme, et vice versa.

Mais les acteurs du tourisme ont déjà du mal à collecter, analyser et interpréter les données touristiques, en raison de leur complexité, ainsi que du manque de normes et de standards. Ainsi, ils n'arrivent à voir l'importance des données territoriales au sein du tourisme.

## CHAPITRE 2 : L'incapacité de faire évoluer les modèles d'analyses touristiques et les indicateurs touristiques

Bien qu'il y ait une multitude d'indicateurs touristiques disponibles pour mesurer l'impact et la performance d'un territoire touristique, il est intéressant de noter que certains indicateurs sont utilisés plus fréquemment que d'autres, ce qui présente des limites en termes d'analyse et rend difficile toute évolution de l'observation des territoires touristiques.

### 1. Les indicateurs touristiques les plus utilisés...

#### 1.1. Se concentrent fortement sur des données de fréquentation...

Grâce aux bilans et rapports touristiques de l'INSEE, d'Atout France, des CRT et des ADT, il est possible d'obtenir une vision du tourisme sur un territoire donné qu'il soit national, régional, départemental ou intercommunal. On remarque que ces bilans se basent principalement sur des données de fréquentation, telles que le nombre de nuitées, d'excursions et de visiteurs.

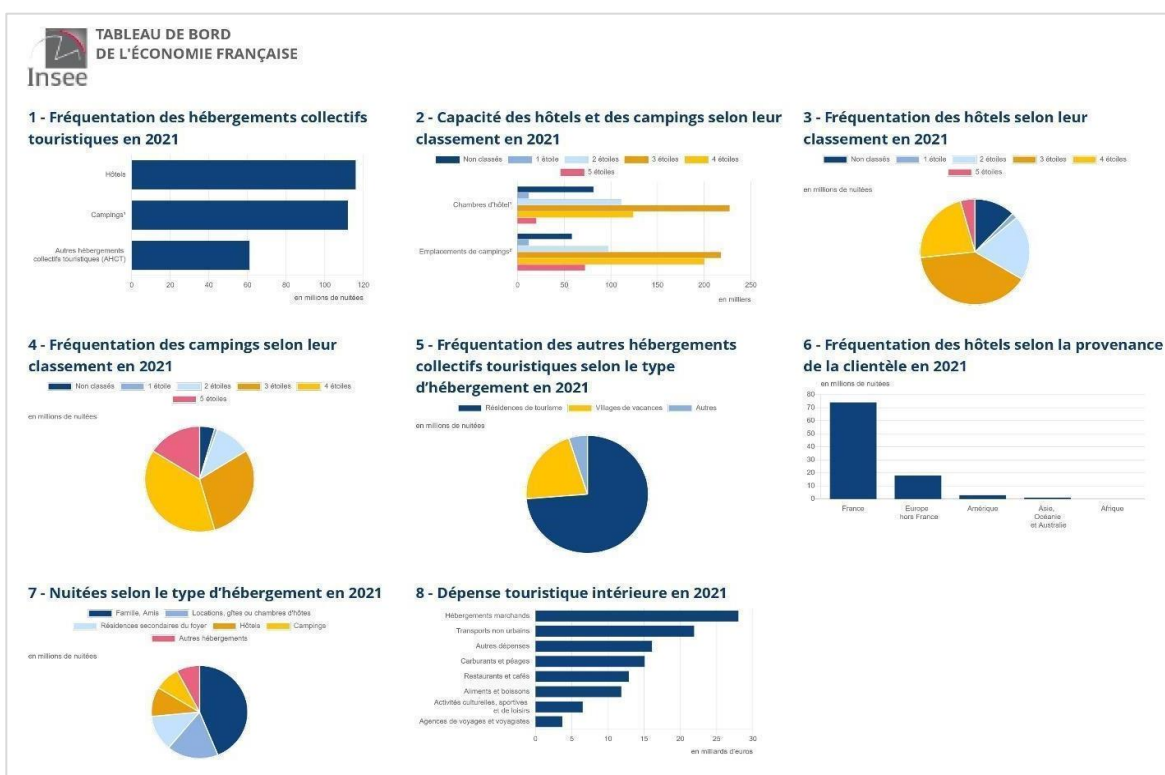
En effet, ces données de fréquentation touristique sont souvent considérées comme importantes car elles sont associées à la mesure de l'impact économique du tourisme sur un territoire. Ainsi, ces données peuvent être utilisées pour évaluer la performance économique d'une destination touristique, pour identifier les tendances saisonnières, pour prévoir les besoins en infrastructure touristique, ou encore pour adapter les stratégies de développement touristique.

En raison de la nécessité de comprendre et quantifier les flux touristiques, les données de fréquentation ont été parmi les premières à être collectées. Depuis lors, la collecte de ces données est devenue une pratique courante dans de nombreux secteurs touristiques, notamment les hébergements et les sites touristiques. Par conséquent, la manière dont ces données sont enregistrées et stockées est ancrée dans nos mécanismes d'observation depuis un certain temps

déjà, ce qui les rend souvent plus faciles à collecter que d'autres types de données.

Ainsi, on peut observer cette prédominance des données de fréquentation touristique dans l'observation à différents niveaux de la gestion du tourisme, qu'il soit national, régional ou départemental. À titre d'exemple, l'INSEE fournit aux acteurs du tourisme des tableaux de bord permettant d'accéder à des données de divers secteurs d'activité dont le tourisme.

Figure 4 : Capture d'écran du tableau de bord du tourisme en France<sup>32</sup>



Les tableaux de bord de l'INSEE contiennent des indicateurs clés tels que le nombre de nuitées, les taux d'occupation, les dépenses des touristes, ou encore la répartition géographique des visiteurs. Ces données permettent de suivre l'évolution de l'activité touristique au niveau européen, national et régional.

<sup>32</sup> INSEE, *Tableau de bord de l'économie française*, <https://urlz.fr/l6Jc>, consulté le 20 mars 2023.

Aussi, il est possible d'exporter ces données afin de les utiliser pour l'élaboration de stratégies de développement touristique et de promotion du territoire touristique.

### 1.2. Et sont très quantitatifs

Lorsqu'il s'agit de mesurer les performances et les impacts du tourisme, les indicateurs quantitatifs sont privilégiés afin de produire des conclusions statistiques tels que des bilans et des rapports. En effet, les indicateurs touristiques les plus couramment utilisés pour mesurer l'activité touristique sont quantitatifs, c'est-à-dire qu'ils mesurent des aspects quantifiables de l'activité touristique. De ce fait, cette pratique peut être vue comme une sorte de standardisation dans l'observation du tourisme

Par exemple, le nombre de visiteurs peut donner une idée de la fréquentation d'un territoire, tandis que les dépenses des touristes peuvent indiquer la contribution du tourisme à l'économie locale.

Ces indicateurs sont particulièrement utiles pour quantifier et comprendre l'impact économique du tourisme sur un territoire, pour suivre l'évolution de l'activité touristique au fil du temps, ou encore pour comparer les performances de différents territoires. Les données quantitatives permettent de déterminer si le tourisme dans un territoire donné augmente ou diminue (en nombre de visiteurs, d'emploi, de dépenses etc) et de comprendre ce qui a causé cette variation (positive ou négative) tout en le comparant aux années précédentes.

Ainsi, ils permettent aux professionnels du tourisme de prendre des décisions en matière de développement touristique, en se basant sur des données chiffrées et objectives. En utilisant des données chiffrées et objectives, les décideurs peuvent évaluer l'efficacité des politiques touristiques existantes, planifier de nouvelles initiatives et mesurer l'impact de ces initiatives. Cela permet d'optimiser la gestion des destinations touristiques et de créer des stratégies durables pour le développement du tourisme. Cependant, ces indicateurs ne permettent pas

toujours de comprendre la qualité de l'expérience touristique ou les impacts sociaux, culturels ou environnementaux du tourisme sur les communautés locales.

Concernant les indicateurs qualitatifs, ils peuvent prendre en compte des aspects tels que la satisfaction des visiteurs, l'impact du tourisme sur la culture et la tradition locales, la qualité des relations entre les touristes et les communautés d'accueil, l'effet du tourisme sur la qualité de vie des résidents locaux, ou encore les aspects éthiques et de responsabilité sociale des entreprises touristiques.

Malheureusement, ces indicateurs qualitatifs sont souvent négligés car ils sont plus difficiles à mesurer, à quantifier et à comparer d'un lieu à l'autre. De plus, leur évaluation peut nécessiter des enquêtes de satisfaction auprès des visiteurs et des résidents, des observations de terrain et des études de cas approfondies, ce qui peut être coûteux et chronophage.

Cependant, il est important de souligner que les indicateurs qualitatifs peuvent fournir une vision plus complète et plus nuancée de l'impact du tourisme sur les communautés locales et sur l'environnement. Ils peuvent également aider à identifier les bonnes pratiques et les domaines d'amélioration pour une gestion touristique plus responsable et durable. C'est pourquoi il est essentiel de continuer à développer et à utiliser des indicateurs qualitatifs dans l'observation touristique

En comparant les bilans touristiques de l'ADT de l'Ariège<sup>33</sup> et du CRT Centre Val-de-Loire <sup>34</sup>, nous pouvons constater que les deux utilisent des indicateurs similaires et quantitatifs pour évaluer l'activité touristique telle que la fréquentation dans les hébergements, dans les sites touristiques ainsi que la capacité de lits touristiques marchands et non marchands.

## 2. ...Qui ont montrés diverses limites...

Cependant, il est important de noter que les données touristiques actuelles ne reflètent pas toujours la réalité et qu'elles présentent des limites en termes

---

<sup>33</sup> Ariège Tourisme Pro, *Les bilans saisonniers et annuels*, <https://urlz.fr/lcfH>, consulté le 20 mars 2023.

<sup>34</sup> CRT Centre Val de Loire Pro, *Bilan provisoire de l'activité touristique 2022*, <https://urlz.fr/lcgg>, consulté le 20 mars 2023.

d'observation induisant une incapacité à faire évoluer les modèles d'analyses touristiques ainsi que les indicateurs touristiques.

### 2.1. Même si le domaine de l'observation touristique a connu une certaine évolution depuis ses débuts...

Depuis les débuts de l'observation touristique, l'industrie du tourisme a connu une évolution significative grâce à l'avènement des NTIC. Avec la numérisation et l'automatisation des données, les professionnels du tourisme ont désormais accès à des informations plus précises, plus complètes et plus rapides que jamais auparavant.

La numérisation des données permet une collecte plus facile et plus rapide des informations touristiques. Les professionnels du tourisme peuvent désormais collecter des données en temps réel sur le nombre de visiteurs, les réservations, les transactions ainsi que les opinions des clients. Cela permet aux professionnels du tourisme de réagir plus rapidement aux tendances du marché et d'adapter leur stratégie en conséquence.

L'automatisation des données a également permis une analyse plus rapide et plus précise des informations touristiques. Les professionnels du tourisme peuvent désormais utiliser des outils informatiques pour traiter de grandes quantités de données en peu de temps. Cela leur permet de détecter plus facilement des tendances et des comportements du marché, ainsi que de mieux comprendre les besoins et les attentes des clients.

En outre, l'émergence des NTIC a profondément transformé le fonctionnement de l'industrie touristique. Les professionnels du secteur ont désormais accès à une quantité de données touristiques sans précédent, provenant de sources diverses (internes ou externes).

Cette acquisition massive de données touristiques a conduit à l'émergence de nouveaux indicateurs touristiques. Ces indicateurs permettent de mesurer des

aspects jusqu'alors peu observés ou négligés de l'activité touristique, et offrent une observation pluridisciplinaire du tourisme.

En ce sens, les Acteurs du Tourisme Durable (ATD) ont proposé un guide méthodologique avec dix indicateurs afin de s'inscrire dans une démarche durable du tourisme. Ces indicateurs permettent d'évaluer la durabilité globale du tourisme dans une destination et de mettre en évidence les domaines qui nécessitent une amélioration en termes de durabilité. Certains indicateurs sont spécifiquement liés au tourisme, tels que les émissions de gaz à effet de serre, la consommation d'eau et d'électricité, la quantité de déchets. Les autres indicateurs prennent en compte l'ensemble du territoire et incluent des éléments tels que la part des sols artificialisés, aux mobilités douces mises en place, à la satisfaction des parties prenantes, à la formation des professionnels au développement durable, à l'accès au tourisme pour tous et enfin, les retombées économiques sur le territoire.<sup>35</sup>

Un autre projet s'appuyant sur une approche pluridisciplinaire pour analyser les données du tourisme a été mis en place : France Tourisme Observation (FTO). Créée en 2014, cette plateforme rassemble des données et des analyses provenant de différentes sources, telles que l'Insee, l'Office de tourisme et des congrès de Paris, ou encore les Offices de Tourisme locaux. Les données de FTO couvrent un large éventail de sujets, tels que les arrivées de touristes étrangers, la fréquentation des sites touristiques, les dépenses des touristes, ou encore l'impact économique du tourisme sur les territoires. Ainsi, les analyses de FTO prennent en compte non seulement les aspects économiques, mais aussi les aspects environnementaux et sociaux du tourisme. Cette approche permet de fournir une vision globale et équilibrée de l'impact du tourisme en France.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Acteurs du Tourisme Durable, *Mesurer autrement sa performance touristique : ATD publie un guide sur les indicateurs d'une destination durable*, <https://urlz.fr/lcgA>, consulté le 20 mars 2023.

<sup>36</sup> France Tourisme Observation, 2023, *Le Data Hub « France Tourisme Observation »*, <https://urlz.fr/lcgl>, février 2023, consulté le 20 mars 2023.



## 2.2.... Il demeure largement axé sur une approche quantitativo-statistique limitée

### 2.2.1. Dû à un grand nombre de données complexes à collecter et à analyser

Comme nous avons pu le constater précédemment, l'observation touristique repose souvent sur une approche quantitativo-statistique. L'une des raisons de ce choix d'approche peut être en raison du grand nombre de données non structurées. Ce terme « *signifie que la donnée n'a pas été traitée ou mise dans un format structuré avant d'être stockée (média, image, audio, données capteurs, données textuelles...)* ». »<sup>37</sup>.

Les données quantitatives peuvent être nombreuses et parfois complexes à collecter et à analyser, mais elles restent généralement plus faciles et moins chronophages à appréhender que les données qualitatives. Les données quantitatives sont souvent structurées et peuvent être facilement classées en catégories prédéfinies, ce qui les rend plus facilement compréhensibles et analysables à l'aide d'outils statistiques par les acteurs du tourisme.

Une grande majorité des données relatives à l'activité touristique ne sont pas structurées, c'est-à-dire qu'elles ne sont pas facilement classifiables ou organisées en catégories prédéfinies. Ces données sont généralement qualitatives, car elles contiennent souvent des informations subjectives et contextuelles qui ne peuvent pas être facilement quantifiées telles que des commentaires en ligne, des évaluations des touristes ou des photos sur les réseaux sociaux. Les données non structurées sont également difficiles à stocker et à traiter à grande échelle, car elles sont généralement stockées dans des formats différents et souvent non standardisés.

Ainsi, les données qualitatives sont souvent moins standardisées et moins faciles à généraliser à l'ensemble de la population ou de l'activité étudiée. Par conséquent, elles peuvent être plus difficiles à interpréter et à comprendre pour les acteurs du

---

<sup>37</sup> DataValue Consulting, 2022, *Big Data et Tourisme : quelles opportunités ?*, <https://urlz.fr/lch3>, 25 mai 2022, consulté le 21 mars 2023.

tourisme qui sont habitués à travailler avec des données quantitatives et des indicateurs standardisés.

Bien qu'il y ait une prédominance des indicateurs quantitatifs, on observe que les indicateurs qualitatifs sont de plus en plus pris en compte pour le développement durable, notamment à travers les indicateurs proposés par les ATD. Toutefois, leur utilisation demeure encore limitée à ce jour.

### 2.2.2. Et à la dimension politique des territoires qui joue un rôle dans l'observation

Le tourisme et la politique sont étroitement liés, car le tourisme est une activité économique qui est souvent considérée comme stratégique pour le développement des territoires, et donc un enjeu politique important.

Les gouvernements et les administrations publiques ont un rôle clé dans la réglementation et la promotion du tourisme. Ils peuvent créer des politiques et des plans d'action pour stimuler le développement du tourisme dans leur territoire, par exemple en investissant dans des infrastructures touristiques ou en mettant en place des mesures pour améliorer l'accueil des touristes. Ils peuvent également favoriser la création d'emplois et la croissance économique grâce au tourisme.

Les politiques touristiques peuvent être élaborées à différents niveaux, allant de la politique nationale à la politique locale en passant par la politique régionale. Les décisions politiques peuvent avoir un impact sur l'environnement, l'identité culturelle, les conditions de travail et le bien-être des populations locales, ainsi que sur la satisfaction des touristes. Il est donc important de prendre en compte les enjeux économiques, sociaux et environnementaux du tourisme dans les politiques qui le réglementent.

En ce sens, les politiques gouvernementales peuvent aussi influencer l'observation touristique en limitant la quantité et le type de données qui peuvent être partagées à des tiers, dans le but de protéger la vie privée des visiteurs ou de préserver des informations sensibles en vue d'intérêts touristiques et politiques.

*« Tourism statistics are important for policymakers to make prudent decisions and for researchers to conduct rigorous research. However, statistics are inherently political. [...] Tourism statistics appear misleading, serving industry and government interests »<sup>38</sup>*

Les statistiques touristiques sont importantes pour permettre aux décideurs politiques de prendre des décisions prudentes et aux chercheurs de mener des études rigoureuses. Cependant, les statistiques sont intrinsèquement politiques. [...] Les statistiques touristiques peuvent être trompeuses et servir les intérêts de l'industrie et des gouvernements.

De ce fait, certaines politiques peuvent exiger que certaines données touristiques, jugées comme sensibles, ne soient pas partagées à des tiers. De nombreuses raisons peuvent causer ce non partage de la totalité de la donnée touristique : la confidentialité, le manque de transparence et surtout les différences entre territoires. En effet, certaines politiques souhaitent éviter les comparaisons entre des territoires touristiques, qui pourraient révéler des différences de popularité entre eux, ce qui en soi est un fait objectif.

Prenons le cas de la taxe de séjour collectée qui permet d'évaluer une partie des richesses générées par le tourisme. Grâce à la loi NOTRe, des modifications importantes ont été apportées à la gestion de la taxe de séjour en France. Désormais, les communes et les Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) sont aptes à récolter cette taxe.

Néanmoins, la loi NOTRe « n'a pas imposé le transfert de la taxe de séjour à l'échelon intercommunal, ce qui peut théoriquement conduire à des situations d'incohérence entre le schéma cible d'organisation de la compétence sur le territoire communautaire »<sup>39</sup>. Ainsi, la taxe de séjour peut être une donnée assez complexe à récolter au niveau départemental (et donc régional) car elle peut être collectée par divers organismes qui n'ont ni les mêmes fonctionnements, ni les mêmes directives.

---

<sup>38</sup> Stephen Pratt, Denis Tolkach, 2018, « The politics of tourism statistics », International Journal of Tourism Research, May-June 2018, p. 299-307.

<sup>39</sup> Exfilo, Loi notre : mise en place d'une taxe de séjour intercommunale, <https://urlz.fr/lcit>, consulté le 22 mars 2023.

Par exemple, le CRT Bretagne communique sur les montants de la taxe de séjour collectée, en recueillant ces informations auprès de chaque collectivité perceptrice de celle-ci.<sup>40</sup> En revanche, en Occitanie, certaines communes et EPCI rencontrent des difficultés à divulguer leur montant de taxe de séjour, en raison de considérations politiques et de la crainte d'une comparaison entre elles.<sup>41</sup>

### 3. Négligeant souvent la prise en compte du territoire dans le tourisme

Aujourd'hui, le constat est le suivant : les bilans et rapports touristiques ont tendance à adopter une approche quantitative qui se focalise uniquement sur le secteur touristique. Cela amène les professionnels du tourisme à considérer que les indicateurs touristiques permettent de mesurer la popularité d'un territoire touristique, son attractivité ainsi que son impact économique. En d'autres termes, ils pensent que plus sa fréquentation est élevée, plus elle peut générer des retombées économiques importantes, telles que la création d'emplois et de revenus. Bien que cela puisse être considéré comme un fait, ces indicateurs négligent la dimension territoriale et mènent ainsi à une vision biaisée du territoire touristique.

En effet, la fréquentation touristique peut varier d'un territoire à l'autre en fonction de leur taille, de leur attractivité naturelle ou culturelle, de leur capacité d'accueil et de leur offre touristique par exemple.

De plus, la répartition géographique des retombées économiques du tourisme peut également varier en fonction de facteurs locaux tels que la répartition des sols (urbain, rural, montagne, littoral etc.), ainsi que la concentration de l'offre touristique.

Par conséquent, il est important de prendre en compte la dimension territoriale du tourisme et de considérer les indicateurs touristiques de manière critique et objective afin de faire évoluer les modèles d'analyses et les indicateurs pour le

---

<sup>40</sup> CRT Bretagne Pro, Taxe de séjour, <https://urlz.fr/lciC>, consulté le 22 mars 2023.

<sup>41</sup> Réunion du réseau des Observatoires d'Occitanie (CRTL et 13 ADT/CDT) le 8 décembre 2022 à Carcassonne.

tourisme de demain. Ainsi, les données touristiques doivent être analysées en fonction du contexte territorial et des spécificités de chaque territoire, afin de mieux comprendre les enjeux économiques, sociaux et environnementaux liés au tourisme.



En conclusion, il existe de nombreux indicateurs pour évaluer l'impact et la performance d'un territoire touristique. Cependant, il est observé que les indicateurs quantitatifs-statistiques, en particulier ceux liés à la fréquentation, sont les plus utilisés, souvent au détriment de la dimension territoriale du tourisme.

Cette tendance peut être expliquée par la difficulté de collecter et d'analyser des données complexes, ainsi que par l'influence politique sur l'observation des territoires touristiques.

Par conséquent, cette tendance et ces limites en termes d'analyse compliquent toute évolution significative de l'observation des territoires touristiques. Aujourd'hui, l'observation des territoires touristiques est donc dans l'incapacité de faire évoluer les modèles d'analyses et les indicateurs.

## **CHAPITRE 3 : L'impossibilité de tendre vers une uniformisation de la data touristique malgré l'aide des outils numériques**

La quantité de données touristiques disponibles ne cesse d'augmenter, offrant une multitude d'informations utiles pour les acteurs du tourisme. Pour collecter et analyser ces données, l'utilisation des NTIC est ainsi devenue une nécessité. Cependant, les méthodes de collecte et d'analyse de ces données peuvent varier d'un département à l'autre, voire d'une région à une autre, ce qui peut complexifier le processus d'observation et notamment la comparaison entre les territoires touristiques.

Dans ce contexte, il est possible d'envisager une uniformisation de la data touristique afin d'offrir plusieurs avantages pour l'ensemble des parties prenantes du tourisme. Toutefois, cette solution n'est ni parfaite, ni simple à mettre en place.

### **1. Plusieurs finalités communes de l'uniformisation de la data touristique**

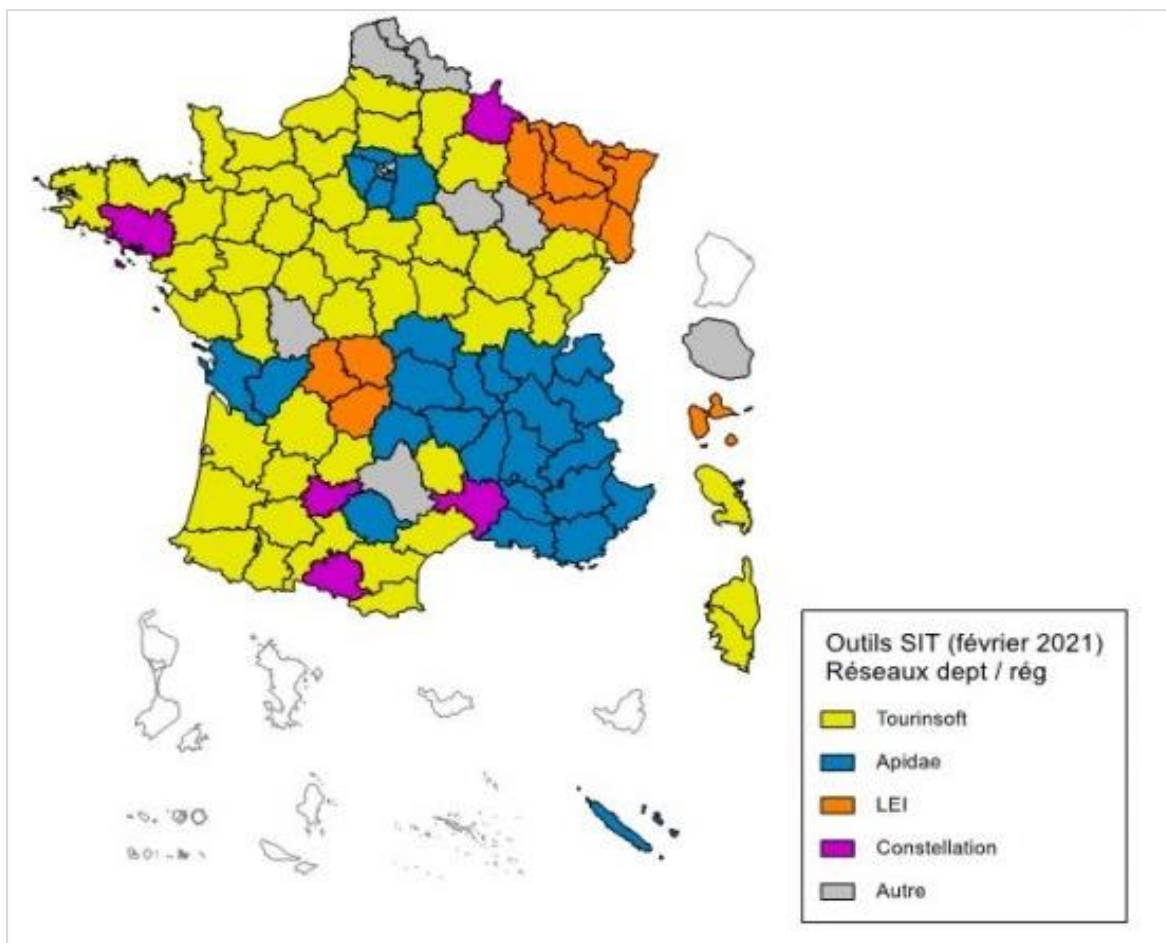
#### **1.1. Méthodologie d'observation standardisée et adaptée à tous les territoires**

Aujourd'hui, l'absence d'uniformité dans les outils, les méthodes et les indicateurs d'observation touristique peut entraîner des erreurs de conclusions et donc donner une vision bancale du tourisme sur un territoire. Cela peut également rendre difficile la prise de décision dans la comparaison des performances des différents territoires touristiques de manière équitable et objective.

En effet, chaque observatoire touristique utilise souvent ses propres outils et méthodes pour mesurer le tourisme, ce qui rend difficile peu comparable les données entre différents territoires.

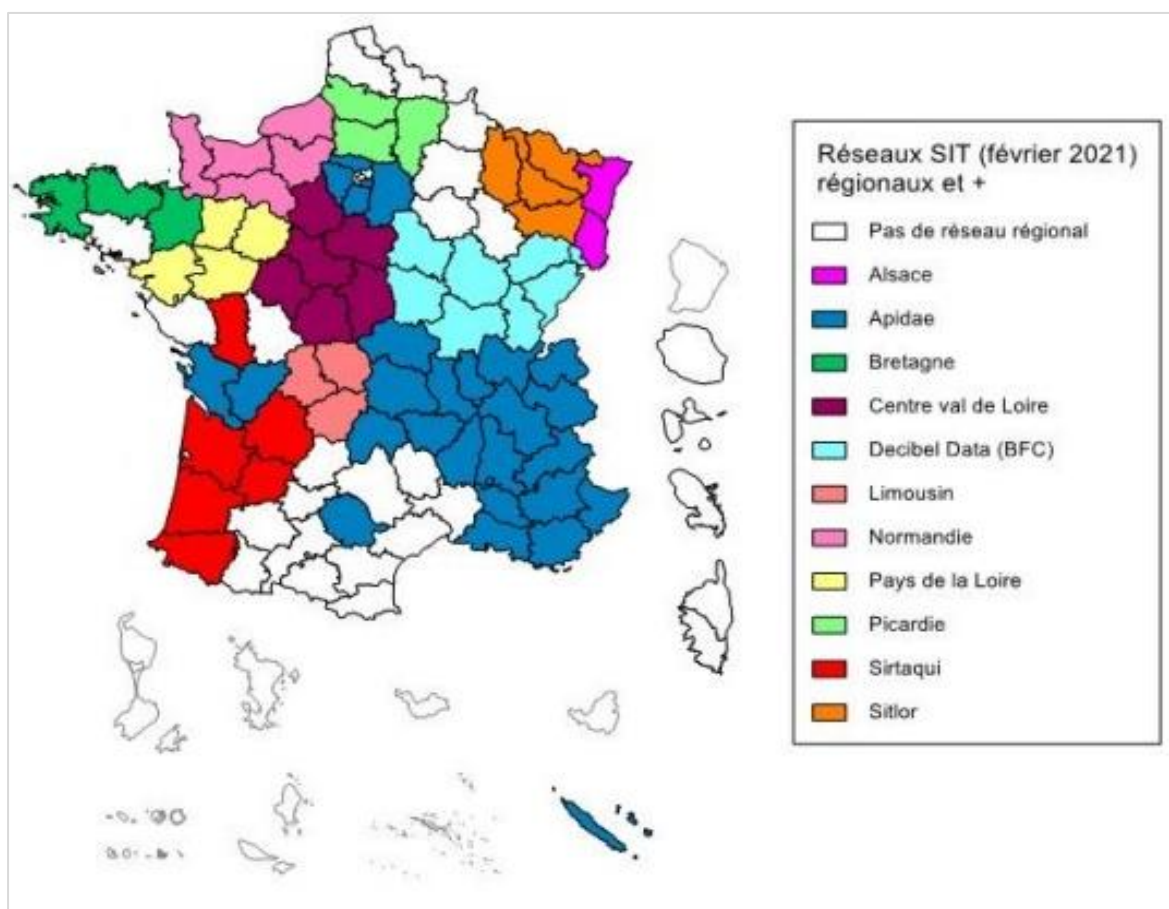
Prenons le cas des SIT. On souligne que ces systèmes peuvent varier considérablement d'une ADT (ou CDT) à l'autre, voire même être différents de ceux utilisés par le CRT.

Figure 5 : Carte des SIT au niveau départemental <sup>42</sup>



<sup>42</sup> Lagache Pierre, 2022, Les impacts du numérique sur les territoires touristiques - Cours de Master 1 TIC ADTT, ISTHIA (Foix).

Figure 6 : Carte des SIT au niveau régional <sup>43</sup>



Il est constaté que certains ADT/CDT ont recours au même SIT que leur CRT, tels que la région Auvergne-Rhône-Alpes qui utilise Apidae. Cependant, il est important de noter que la plupart des CRT et des ADT/CDT ne se servent pas du même SIT.

Par conséquent, la mise en place d'une méthodologie commune pour tous les territoires touristiques permettrait de résoudre les problèmes actuels de non-uniformité dans la collecte et l'analyse des données touristiques.

De ce fait, la mise en place d'une méthodologie standardisée impliquerait :

- Des indicateurs touristiques uniformes et cohérents pour mesurer les résultats et les progrès sur l'ensemble du territoire ;

<sup>43</sup> Lagache Pierre, 2022, Les impacts du numérique sur les territoires touristiques - Cours de Master 1 TIC ADTT, ISTHIA (Foix).



- Des enquêtes adaptables à tous les territoires afin d'obtenir des données précises et fiables sur les tendances et les préférences des touristes ;
- L'utilisation d'un même SIT à chaque échelle territoriale pour faciliter la collecte et l'analyse de tout le territoire français.

Cela garantirait que les mêmes critères et normes seraient utilisés pour évaluer les performances de différents territoires, ce qui permettrait une comparaison équitable et objective entre des territoires touristiques.

### 1.1. Facilité d'analyse et de comparaison

En adoptant une approche uniforme pour mesurer la performance touristique de chaque territoire, les acteurs du tourisme seraient en mesure d'obtenir des informations précises et comparables sur les performances de chaque territoire, leur permettant de mieux comprendre les forces et les faiblesses de leur destination.

Cela aurait l'avantage de cibler les domaines d'amélioration nécessaires pour améliorer leur offre touristique et attirer davantage de visiteurs. Les territoires seraient également en mesure de surveiller leurs performances au fil du temps et d'ajuster leur stratégie en fonction des résultats obtenus, afin d'optimiser leur positionnement sur le marché du tourisme.

Les acteurs du tourisme pourraient également gagner du temps lors du processus d'observation en utilisant les mêmes indicateurs et les mêmes outils afin de créer une base de données cohérente et complète.

### 1.2. Opportunités liées à l'Open Data

Dans le contexte du tourisme, la mise en place de l'Open Data donnerait l'opportunité de faciliter la mise en place de la méthodologie standardisée pour mesurer la performance touristique de chaque territoire.

En effet, l'Open Data permettrait de rendre accessible à tous les acteurs du tourisme des données fiables et comparables sur les performances touristiques de chaque territoire. Ces données pourraient être utilisées pour alimenter les indicateurs uniformes et cohérents définis par la méthodologie standardisée, facilitant ainsi la collecte, l'analyse et la communication des données touristiques.

L'Open Data donnerait également l'occasion aux acteurs du tourisme d'obtenir des informations plus précises et plus complètes sur les visiteurs, les hébergements, les attractions touristiques, les événements et les activités proposées par chaque territoire. Ces informations seraient utilisées pour optimiser l'utilisation d'un même SIT à chaque échelle territoriale.

De plus, l'Open Data favoriserait la collaboration et la transparence entre les différents acteurs du tourisme, car les données seraient accessibles à tous. Cela conduirait à une meilleure compréhension des performances touristiques de chaque territoire et à une amélioration de la coordination et de la planification du tourisme à l'échelle locale, régionale et nationale.

DATAtourisme est un exemple d'un outil utilisant une méthodologie standardisée. En effet, la plateforme normalise les données réceptionnées au format DATAtourisme avant de les partager en Open Data.

## 2. Limites de l'uniformisation de la data touristique

### 2.1. Une grande majorité des données sont limitées et restreintes

#### 2.1.1. Considérées comme confidentielles et/ou taboues

L'uniformisation de la data touristique peut présenter certaines limites en raison de la nature des données collectées dans le secteur du tourisme. En effet, une grande partie des données sont limitées et restreintes, car elles sont considérées comme confidentielles ou taboues.

Par exemple, les données sur les dépenses des visiteurs peuvent être considérées comme confidentielles par les entreprises qui les collectent. De même, les données

sur les visiteurs qui ont des besoins spécifiques, tels que les personnes handicapées ou les personnes atteintes de maladies chroniques, peuvent être considérées comme taboues en raison de la sensibilité de ces informations.

De plus, certaines données peuvent être difficiles voire impossibles à collecter, notamment celles sur les activités touristiques illégales ou non déclarées, car ces activités ne sont pas réglementées ou ne font pas l'objet d'une déclaration officielle.

L'uniformisation de la data touristique peut également rencontrer des résistances en raison de la concurrence entre les différents acteurs du tourisme. En effet, les professionnels et les territoires touristiques peuvent considérer que la collecte et la communication de données uniformes pourraient les mettre en concurrence directe les uns avec les autres, en révélant des informations sur leurs performances et leurs faiblesses.

En conséquence, l'uniformisation de la data touristique peut présenter des limites en raison de leur sensibilité, de leur accessibilité et de la concurrence entre les acteurs du tourisme.

### 2.1.2. Non gratuites pour des fins lucratives

Une autre limite de l'uniformisation de la data touristique est liée à la question de la lucrativité des données. « Les données numériques sont devenues des biens de valeur à part entière. Les entreprises en ont conscience, les investisseurs les considèrent comme des actifs »<sup>44</sup>. Ainsi, certaines données touristiques sont soumises à des restrictions d'utilisation et de redistribution pour des fins lucratives.

Prenons l'exemple de Flux Vision Tourisme pour illustrer le business autour des données touristiques. En effet, sans payer, il serait impossible d'accéder à la fréquentation d'un territoire via cet outil. De plus, les prix proposés par Flux Vision

---

<sup>44</sup> Informateur Judiciaire, 2021, *Comment faire du business avec les data ?*, <https://urlz.fr/lcrP>, 05 mars 2021, consulté le 24 mars 2023.

Tourisme sont souvent en fonction du nombre de territoires choisis, ce qui peut rendre les données touristiques coûteuses, notamment les petits territoires.

De ce fait, la collecte et la commercialisation des données touristiques sont devenues un véritable enjeu économique pour les entreprises spécialisées dans ce domaine. En effet, ces données sont considérées comme une ressource précieuse pour les acteurs du tourisme, et leur exploitation peut rapporter des revenus importants. Cependant, cela peut également limiter l'accès aux données touristiques pour certains acteurs, en particulier ceux qui n'ont pas les moyens financiers de les acheter.

## 2.2. Perception encore peu utile de l'observation pour certains acteurs du tourisme

*« On ne fait que commencer à véritablement comprendre les enjeux mais aussi tout le potentiel du Big Data en tourisme. Les technologies ont beau démocratiser l'accès à l'information, encore faut-il que les gestionnaires et décideurs y voient une manière concrète de répondre à un besoin d'affaire »<sup>45</sup>.*

Malgré l'importance de la collecte et de l'analyse des données touristiques, certains acteurs du tourisme ne considèrent pas encore cette pratique comme étant utile ou pertinente pour leur activité.

En effet, certains acteurs peuvent encore avoir une perception traditionnelle du tourisme et ne pas comprendre l'intérêt de l'observation des données pour améliorer leur offre touristique et leur compétitivité.

Aujourd'hui, certains acteurs du tourisme ne sont pas convaincus par l'observation touristique actuelle. De ce fait, ils ne verraient peut-être pas l'intérêt de la mise en place d'une standardisation des données touristiques. Cependant, en leur montrant les avantages potentiels de l'uniformisation des données touristiques, il

---

<sup>45</sup> Gonzalo Frédéric, 2013, *Comprendre l'impact du Big Data en tourisme*, <https://urlz.fr/lcrZ>, 06 août 2013, consulté le 24 mars 2023.

pourrait être possible de les convaincre et de les engager davantage dans le processus d'observation.

## 2.3. Méthodologie complexe à mettre en œuvre

### 2.3.1. Des territoires avec des caractéristiques et des besoins différents

La mise en place d'une méthodologie standardisée pour tous les territoires touristiques est un défi complexe en raison des différences significatives entre les territoires en termes de multiples caractéristiques telles que géographiques, économiques et touristiques. En effet, chaque territoire possède ses propres particularités et besoins spécifiques qui doivent être pris en compte pour élaborer une méthodologie adaptée à tous.

Par exemple, les indicateurs géographiques peuvent varier considérablement d'un territoire à l'autre, avec des différences dans les types de paysages, les ressources naturelles disponibles, ainsi que les distances entre les sites touristiques. De même, les indicateurs économiques peuvent varier en fonction de la taille et de la structure de la population, des industries locales et du niveau de développement économique.

En ce qui concerne les indicateurs touristiques, ceux-ci peuvent également varier en fonction des types de touristes, des saisons touristiques et des infrastructures touristiques. Par exemple, un territoire touristique peut être axé sur le tourisme de masse en été, tandis qu'un autre peut être davantage axé sur le tourisme culturel tout au long de l'année.

En outre, la méthodologie standardisée doit être adaptable à différents types de territoires, qu'il s'agisse de grandes villes ou de régions rurales. Cela implique de prendre en compte des facteurs tels que la taille de la population, la capacité d'accueil touristique, ainsi que les caractéristiques géographiques. Par exemple, une grande ville peut avoir besoin d'une méthodologie qui met davantage l'accent sur l'analyse des données de transport et d'hébergement, tandis qu'un territoire

rural peut avoir besoin d'une méthodologie qui se concentre davantage sur l'analyse des données environnementales et de sa population locale.

Ainsi, la mise en place d'une méthodologie standardisée pour tous les territoires touristiques nécessitera de prendre en compte les spécificités de chaque territoire tout en étant adaptable à différents types de territoires.

### 2.3.2. Nécessité de ressources humaines, techniques, financières et de données

La mise en place d'une méthodologie standardisée pour tous les territoires touristiques est une entreprise qui nécessite des ressources considérables en termes de personnel, de technologie, de financement et de données. Pour élaborer une méthodologie standardisée efficace, il est nécessaire de mobiliser une équipe de spécialistes en tourisme, en statistiques, en informatique et en gestion de projet. Ces experts devront travailler ensemble pour identifier les indicateurs les plus pertinents pour chaque territoire, élaborer des méthodes de collecte de données appropriées et analyser les données recueillies.

Sur le plan technique, la mise en place d'une méthodologie standardisée pour tous les territoires touristiques nécessitera l'utilisation de NTIC pour la collecte, le stockage et l'analyse des données. Les outils numériques tels que les Systèmes d'Information Géographique (SIG), les bases de données provenant des SIT, les plateformes d'analyse de données et les logiciels de visualisation sont essentiels pour garantir la qualité des données collectées, ainsi que pour l'analyse et la présentation des résultats. Ainsi, des formations fréquentes à ces outils seront nécessaires afin de les comprendre et de suivre leurs évolutions.

Côté financier, la mise en place d'une méthodologie standardisée pour tous les territoires touristiques nécessite des investissements substantiels en termes de budget pour la collecte et l'analyse de données. Les coûts peuvent varier en fonction de la taille et de la complexité de chaque territoire, ainsi que de la quantité et de la qualité des données nécessaires pour établir une méthodologie standardisée robuste. Les investissements financiers devront également être

prévus pour la mise à jour régulière de la méthodologie standardisée pour tenir compte des évolutions dans les domaines du tourisme et des technologies ainsi que pour les formations aux NTIC.

Enfin, la mise en place d'une méthodologie standardisée pour tous les territoires touristiques nécessite une quantité importante de données. Ces données doivent être collectées de manière systématique et cohérente pour garantir leur qualité et leur fiabilité. Cela nécessite la participation active des parties prenantes, notamment des autorités locales, des acteurs du tourisme et des touristes eux-mêmes. Les données collectées doivent être traitées conformément aux règles et réglementations relatives à la protection des données personnelles, ce qui implique également des coûts supplémentaires.

En somme, la mise en place d'une méthodologie standardisée pour tous les territoires touristiques nécessite des ressources importantes en termes de personnel, de technologie, de financement et de données. La mobilisation de ces ressources est essentielle pour élaborer une méthodologie standardisée efficace, qui peut être utilisée pour mesurer les performances touristiques et pour prendre des décisions éclairées en matière de développement touristique.



En conclusion, bien que l'uniformisation de la data touristique présente des avantages tels que la facilité d'analyse et de comparaison ainsi que les opportunités offertes par l'open data, il est difficile de la réaliser en raison de certaines limites.

Ces dernières incluent la perception peu utile de l'observation pour certains acteurs du tourisme, la complexité de la méthodologie à mettre en place, les caractéristiques et besoins différents des territoires, ainsi que la disponibilité limitée de certaines données considérées comme confidentielles et/ou payantes.

Malgré l'utilisation d'outils numériques, l'uniformisation de la data touristique reste un défi majeur pour les acteurs du tourisme et les organismes chargés de la collecte et de l'analyse de ces données.



## CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE

Les NTIC ont permis une meilleure compréhension du comportement des touristes et ont sensibilisé les acteurs du tourisme à l'importance de la collecte et de l'analyse de données.

Cependant, l'utilisation des NTIC présente des limites en termes de compétences, de moyens humains, financiers et temporels pour suivre les évolutions technologiques.

De plus, l'absence de lien entre les données territoriales et touristiques complique l'utilisation des outils numériques pour l'observation des territoires touristiques. Les indicateurs quantitatifs-statistiques, en particulier ceux liés à la fréquentation, sont les plus utilisés, au détriment de la dimension territoriale du tourisme.

Ainsi, il est difficile de réaliser l'uniformisation de la data touristique malgré les avantages qu'elle présente, en raison de certaines limites telles que la perception peu utile de l'observation pour certains acteurs du tourisme, la complexité de la méthodologie à mettre en place, les caractéristiques et besoins différents des territoires, ainsi que la disponibilité limitée de certaines données.

En ce sens, les acteurs du tourisme et les organismes chargés de la collecte et de l'analyse de ces données sont donc confrontés à un défi majeur pour s'ils souhaitent parvenir à une uniformisation de la data touristique à l'avenir.

**TROISIÈME PARTIE :**  
**MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE SUR LE**  
**TERRAIN D'APPLICATION**

## **INTRODUCTION DE LA TROISIÈME PARTIE**

Pour compléter notre réflexion, nous allons examiner les outils méthodologiques proposés afin de vérifier les hypothèses formulées, ainsi que présenter le choix du terrain d'application.

Dans le premier chapitre, nous examinerons la présentation et le fonctionnement du terrain d'expérimentation sélectionné.

Le second chapitre se concentrera sur la présentation des outils d'analyse, les objectifs recherchés et les thématiques à prendre en compte pour y répondre.

# CHAPITRE 1 : Terrain d'application

Au cours de ce chapitre, nous examinerons la sélection du terrain d'application, son mode de fonctionnement et les enjeux qui y sont associés.

## 1. Justification du choix de terrain

En tant qu'assistante chargée de mission Observatoire Économique en alternance au sein de l'ADT du Tarn-et-Garonne, il est apparu évident de choisir cette organisation comme terrain d'application.

Cette opportunité offre un accès privilégié aux données et aux acteurs clés impliqués dans les activités touristiques de la région. Ainsi, nous avons pu mieux comprendre les enjeux et les défis auxquels l'ADT est confrontée dans sa mission d'observation des territoires touristiques.

Cette expérience de recherche s'est avérée donc riche et pertinente pour notre réflexion, et nous permettra d'approfondir nos connaissances sur le fonctionnement des ADT ainsi que les impacts des évolutions des outils numériques et de traitement de la data sur le processus d'observation au sein des territoires touristiques.

## 2. Agence de Développement Touristique Tarn-et-Garonne

### 2.1. Historique de l'ADT

Le Tarn-et-Garonne est un territoire touristique émergent qui gagne en popularité ces dernières années. La mise en tourisme du département est relativement récente, avec la création de l'Agence de développement touristique Tarn-et-Garonne.

L'Agence de Développement Touristique Tarn-et-Garonne, également connue sous le nom de Tarn-et-Garonne Tourisme, est une structure qui a pour mission de

promouvoir et de développer le tourisme dans le département du Tarn-et-Garonne (82), situé dans la région Occitanie, dans le sud-ouest de la France.

Créée en 2012, cette ADT est financée par le conseil départemental et travaille avec différents acteurs du tourisme local, tels que les Offices de Tourisme, les hébergeurs, les restaurateurs et les prestataires d'activités touristiques.

Figure 7 : Logo de l'ADT Tarn-et-Garonne<sup>46</sup>



## 2.2. Fonctionnement de l'ADT

L'objectif principal de l'ADT Tarn-et-Garonne est de valoriser les richesses naturelles, patrimoniales, culturelles et gastronomiques du Tarn-et-Garonne afin d'attirer des visiteurs et de développer l'économie touristique du territoire.

Pour cela, l'agence travaille sur différentes actions, telles que la promotion du territoire auprès des professionnels du tourisme, la création et la mise en œuvre de projets touristiques, la mise en place de stratégies de communication et de marketing ainsi que l'observation du tourisme. Elle travaille en étroite collaboration avec les acteurs locaux du tourisme par le biais de formation et d'accompagnement.

L'ADT est structurée en trois pôles de compétences : Ingénierie, Marketing et Ressources. Dans le cadre de ses activités de marketing, l'agence dispose d'un Observatoire Économique, dirigé par M. Richard Ramboer, directeur adjoint de l'ADT, et Mme Vicky Hachotte, assistante chargée de mission (cf Annexe 1).

---

<sup>46</sup> Tarn-et-Garonne Tourisme, *Outils de communication*, <https://urlz.fr/lfPs>, consulté le 31 mars 2023.

### 2.3. Enjeux liés au tourisme et à l'observation

Le Tarn-et-Garonne a récemment commencé à promouvoir son potentiel touristique, et l'un des objectifs à venir est de diversifier son offre touristique axée vers un tourisme vert. Le département est un territoire rural avec de vastes espaces naturels, des sentiers de randonnée, des pistes cyclables, des cours d'eau et des lacs. Le développement du tourisme vert est donc un enjeu important pour le département, afin d'attirer les visiteurs à la recherche de détente et de loisirs en pleine nature.

Depuis la mise en tourisme du Tarn-et-Garonne, il est devenu nécessaire de suivre de près l'évolution de ce phénomène. Ainsi, l'ADT du Tarn-et-Garonne a récemment recruté une alternante chargée de mission pour l'Observatoire Économique, après plusieurs années de délégation de cette tâche au CDT du Tarn. Ce recrutement a entraîné une restructuration du processus d'observation (collecte, stockage et partage) au sein de l'ADT, qui pourrait conduire à des évolutions à l'avenir.



Pour résumer, le terrain d'application choisi est l'ADT du Tarn-et-Garonne qui dispose d'un Observatoire Économique, ce qui permettra de collecter des données internes et externes à l'ADT.

De plus, la récente restructuration de son observatoire soulève de nombreux enjeux et défis au sein du processus d'observation et du traitement de la data touristique.

## CHAPITRE 2 : Méthodologie probatoire

Ce chapitre abordera les objectifs à atteindre ainsi que les différentes étapes de la méthodologie à mettre en œuvre.

### 1. Objectifs

Cette méthodologie permettra de vérifier ou réfuter les trois hypothèses énumérées à la partie précédente au sein de l'ADT Tarn-et-Garonne :

- la difficulté qu'ont les professionnels du tourisme à intégrer les outils numériques dans l'observation ainsi que l'analyse touristique ;
- l'incapacité de faire évoluer les modèles d'analyses touristiques et les indicateurs touristiques ;
- l'impossibilité de tendre vers une uniformisation de la data touristique malgré l'aide des outils numériques.

### 2. Collecter des données

#### 2.1. Données sur la méthode de collecte

Dans un premier temps, nous nous pencherons sur la méthode de collecte. Pour cela, nous analyserons les différentes sources de données touristiques disponibles dans l'ADT, telles que l'INSEE, Flux Vision Tourisme, AirDNA et Hit Occitanie par exemple.

Ainsi, cela nous permettra de déterminer le degré d'accessibilité de ces données. Certaines pourraient être confidentielles ou payantes limitant ainsi leur accès.

Ensuite, nous devons également identifier les différents formats de données utilisés. Les données peuvent être sous forme brute, telles que des fichiers CSV ou JSON, ou déjà analysées, telles que des indicateurs ou des graphiques. En comprenant le format des données, nous pourrions déterminer comment elles

peuvent être utilisées et si elles doivent être traitées avant de pouvoir être analysées.

## 2.2. Données sur les outils numériques

Par la suite, il faudra recueillir des données sur les divers outils numériques utilisés :

- le recensement des différents outils numériques utilisés dans l'ADT et par les acteurs du tourisme ;
- le nombre de personnes qui utilisent des outils numériques ;
- les types d'outils utilisés ;
- la fréquence d'utilisation de ces outils.

En interne à l'ADT, l'utilisation d'outils de suivi pourra être envisagée pour suivre la fréquence d'utilisation des outils numériques et le temps passé sur chaque outil. Pour ce qui est des acteurs du tourisme, la tâche sera plus complexe. Toutefois, en organisant des séminaires où les acteurs du tourisme seront invités à participer et à partager leur expérience d'utilisation des outils numériques, cela permettra de recueillir des informations de première main sur l'utilisation des outils numériques.

## 2.3. Données sur les modèles d'analyses et les indicateurs touristiques

Par la suite, nous examinerons de près les modèles d'analyses et indicateurs touristiques les plus couramment utilisés. En d'autres termes, cela impliquera une observation attentive de :

- leur finalité : à quoi et à qui sont-ils destinés ?
- la nature des indicateurs :
  - o sont-ils quantitatifs, qualitatifs ou les deux ?
  - o sont-ils strictement touristiques ou prennent-ils en compte le territoire ?
- leur fréquence de publication ;
- les évolutions, ou l'absence de celles-ci, dans leur forme et leur contenu.



En procédant de cette manière, nous serons donc en mesure de mettre en lumière les limites des modèles et indicateurs touristiques actuellement utilisés, ainsi que les divers facteurs qui contribuent à ces limites. Parmi ces facteurs, l'influence politique sur l'observation sera mise en évidence en comparant la quantité de données collectées avant l'analyse à celle qui est effectivement retenue pour les bilans. En complément, des entretiens avec des supérieurs hiérarchiques pourront être mis en place pour expliquer les raisons d'une éventuelle censure de certaines données. Néanmoins, l'anonymisation de l'identité du répondant sera nécessaire.

#### 2.4. Données concernant les formations et les compétences des employés de l'ADT et d'autres acteurs du tourisme

Nous allons devoir collecter diverses données concernant les formations et les compétences des employés de l'ADT et d'autres acteurs du tourisme.

Tout d'abord, il sera possible de collecter des informations sur les formations et les compétences techniques acquises par les employés de l'ADT. Ces informations incluront les formations initiales et continues suivies par ces derniers, ainsi que leurs connaissances techniques acquises tout au long de leur travail. La collecte de ces données sera effectuée au moyen d'évaluations de compétences professionnelles réalisées chaque année et de fiches de mission liées à leur poste.

En ce qui concerne les informations relatives aux formations et aux compétences techniques des professionnels du tourisme, il sera possible de collecter le nombre et les types de formations suivies, les compétences techniques acquises ainsi que les certifications obtenues.

Ces informations seront recueillies à partir des formulaires d'inscription aux formations proposées par l'ADT et le CRT, ainsi que par le biais d'une enquête envoyée aux acteurs du tourisme. Aussi, nous pourrons organiser des sessions de formations pour les employés de l'ADT et les autres acteurs du tourisme sur les outils numériques liés à l'observation. Cela permettra ainsi d'évaluer leur utilisation des outils et d'analyser de leur perception de l'observation.

## 2.5. Données sur les ressources financières, humaines et temporelles à l'observation

Ensuite, nous examinerons les ressources financières, humaines, et temporelles consacrées à l'observation au sein de l'ADT et chez les professionnels du tourisme. Cela inclurait notamment :

- les ressources financières disponibles pour l'observation ainsi que leur répartition (formation, outils, données) ;
- le nombre de membres du personnel impliqués dans l'observation ;
- le temps consacré à l'observation, en termes d'estimation ou de durée réelle en heures.

Ainsi, il sera nécessaire d'analyser les budgets alloués à l'observation ainsi que les dépenses engagées pour les outils, les formations et les données. Par ailleurs, les fiches de poste et les rapports d'activités seront examinés pour identifier les membres du personnel impliqués dans l'observation. Des observations sur le terrain pourront être menées en interrogeant les personnes concernées pour recueillir des données supplémentaires.

## 2.6. Données sur la faisabilité de l'uniformisation de la data touristique

Pour terminer cette méthodologie, nous nous intéresserons à l'analyse de la faisabilité de l'uniformisation de la data touristique qui est un projet complexe et ambitieux. Il sera important de prendre en compte toutes les données que nous aurons identifiées précédemment telles que les contraintes actuelles de ressources humaines, techniques, financières et de données.

En plus de cela, nous devons évaluer la faisabilité de standardiser les formats de données et les protocoles utilisés pour échanger les données touristiques. Nous examinerons les formats de données actuellement utilisés et la façon dont l'ADT partage ses données pour déterminer si elles sont conformes (ou non) à une quelconque norme (interne ou externe à l'ADT).

Aussi, il faudra observer les caractéristiques et les besoins des territoires touristiques en observation touristique au sein de l'ADT et des acteurs du tourisme. Ces données pourront être dégagées des rapports et études existants, ainsi que lors d'ateliers participatifs avec des représentants de différents territoires touristiques pour discuter des différentes approches d'observation touristique et identifier les meilleures pratiques et les indicateurs clés de performance pour chaque territoire.

### 3. Analyser et Communiquer

Après la collecte des données, il sera nécessaire de procéder à leur analyse, ce qui impliquera de croiser les différentes informations recueillies, de tirer des conclusions quant aux limites et enjeux identifiés, et enfin de formuler des recommandations ou des préconisations en fonction des résultats obtenus.

Enfin, il conviendra de rédiger un rapport et de le diffuser auprès des personnes concernées afin de leur faire part des conclusions et des recommandations issues de l'analyse des données.

### 4. Organisation temporelle de la méthodologie

Une approche sur sept mois pourra être bénéfique car cela donnera suffisamment de temps pour rassembler toutes les informations nécessaires de manière exhaustive et complète.

De plus, cette période permettra également de disposer de suffisamment de temps pour analyser les données collectées de manière rigoureuse et approfondie, ainsi que pour communiquer les résultats et les préconisations.

Tableau 1 : Rétroplanning de la méthode probatoire

	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.
<b>1ère étape : Collecter</b>							
Données sur la méthode de collecte							
Données sur les outils numériques							
Données sur les modèles d'analyses et les indicateurs touristiques							
Données concernant les formations et les compétences des employés de l'ADT et d'autres acteurs du tourisme							
Données sur les ressources financières, humaines et temporelles à l'observation							
Données sur la faisabilité de l'uniformisation de la data touristique							
<b>2ème étape : Analyser</b>							
Analyser les données							
Croiser les données							
Déduire des limites et enjeux							
Émettre des préconisations							
<b>3ème étape : Communiquer</b>							
Faire un rapport							
Partager aux personnes intéressées							



Pour conclure, nous avons décidé d'établir une méthodologie en trois grandes étapes : collecter les données, analyser ces dernières et communiquer les résultats.

Au regard du travail à effectuer, une période de sept mois sera suffisante pour mettre en place cette méthodologie.

## CONCLUSION DE LA TROISIÈME PARTIE

Nous avons donc choisi de nous intéresser à l'Agence de Développement Touristique du Tarn-et-Garonne car elle semble répondre à toutes les exigences nécessaires pour évaluer nos hypothèses.

En effet, l'ADT a pour mission de promouvoir le tourisme dans le Tarn-et-Garonne, et cela passe notamment par l'observation de ce phénomène dans le département.

Ainsi, l'ADT dispose de nombreuses données pouvant être utilisées pour concevoir une méthodologie efficace et ciblée dans le but de vérifier nos hypothèses.

Outre les données touristiques, il sera également possible de collecter des données sur les divers acteurs du tourisme au vu des collaborations régulières entre ces derniers et l'ADT.

## CONCLUSION GÉNÉRALE

Le tourisme est un domaine complexe qui implique de multiples secteurs et domaines tels que l'économie, le social, l'environnement et la culture.

En ce sens, l'observation des territoires touristiques est essentielle pour comprendre les phénomènes touristiques, analyser les comportements des touristes et leur conséquence, ainsi que prendre des décisions stratégiques en matière de développement touristique. Cela demande la participation de l'ensemble des acteurs touristiques sur un territoire donné

Cependant, l'observation des territoires touristiques doit se réinventer due à l'émergence constante de nouvelles données et de NTIC. Malgré l'abondance de données touristiques disponibles, l'utilisation de ces données et des outils numériques utilisés reste difficile pour la plupart des acteurs du secteur touristique, ce qui limite leur capacité à prendre des décisions stratégiques en matière de développement touristique.

Ainsi, l'observation des territoires touristiques doit être mieux intégrée chez les acteurs du tourisme, et notamment dans les Offices de Tourisme, afin d'offrir une analyse complémentaire et plus approfondie des territoires. En effet, les OT peuvent jouer un rôle clé dans l'intégration de l'observation des territoires touristiques, car ils sont souvent le point de contact principal et le plus proche entre les touristes et les acteurs locaux du tourisme.

Aussi, l'utilisation de nouveaux indicateurs touristiques doit être encouragée pour prendre en compte les impacts environnementaux, sociaux et culturels du tourisme. De plus, il convient de considérer des aspects qualitatifs en plus des indicateurs quantitatifs pour mieux comprendre les réalités des territoires touristiques.

En conclusion, les évolutions de la data et des NTIC au sein de l'observation des territoires touristiques offrent une occasion de promouvoir une gestion plus efficace du tourisme et donc de tendre vers un tourisme plus durable.

Toutefois, pour tirer pleinement parti de ces avancées, il est essentiel de sensibiliser les acteurs du tourisme à l'importance des données, de leur fournir des formations adéquates et de définir clairement les rôles et responsabilités dans le processus d'observation. En outre, il est crucial d'adopter une vision territoriale à long terme pour le développement touristique, en prenant en compte les impacts environnementaux, sociaux et culturels du tourisme.

Dans cette optique de tourisme durable, il serait intéressant de se demander dans une prochaine réflexion : comment les NTIC peuvent être utilisées pour promouvoir un tourisme plus responsable et durable ?

Il serait également important de réfléchir à la manière dont les acteurs du secteur touristique peuvent travailler ensemble pour améliorer l'observation des territoires touristiques et mettre en place des initiatives visant à minimiser les impacts négatifs du tourisme sur l'environnement, la société et la culture locale.

Enfin, il conviendrait de se demander : comment les politiques publiques, telles que les CRT et ADT/CDT, peuvent accompagner ces initiatives et encourager un tourisme plus respectueux de l'environnement et des communautés locales ?

## BIBLIOGRAPHIE

Baudelle Guy, Guy Catherine, Mérenne-Schoumaker Bernadette, 2011, *Le développement territorial en Europe. Concepts, enjeux et débats*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, coll. Didact Géographie, 281p.

Béesau Hugues, 2017, « Observer n'est pas une fin en soi. Conseils pour poser les bases d'un observatoire local du tourisme », *Cahier Espaces Tourisme et loisirs*, n°335, p. 75-78.

Berlingué Christel, Jean-Michel Contet, 2017, « Flux Vision Tourisme. Le big data au service de l'observation des flux touristiques » », *Cahier Espaces Tourisme et loisirs*, n°335, p. 110-121.

Boukharta Mourade, 2018, *Les enjeux du big data dans le développement durable des territoires touristiques*, Mémoire de Master 1 TIC ADTT, ISTHIA, Foix, 99p.

Caparros Philippe, Thomas Agnès, 2015, « Repenser le travail grâce à la formation professionnelle », *Cahier Espaces Tourisme et loisirs*, n°126, p. 123-126.

Desvignes Claudine, Patrick Vece, 2006, *Observation & Tourisme*, Éditions Touristiques Européennes, Les Cahiers Espaces, 263p.

Desvignes Claudine, Sébastien Jacquot, 2014, « Big data, traces numériques et observation du tourisme », *Cahier Espaces Tourisme et loisirs*, n°316, 64p.

Ecologie.gouv, *Loi portant sur la nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe)*, <https://urlz.fr/l9pb>, consulté le 03 mars 2023.

Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative, 2016, *Loi NOTRe et Offices de Tourisme, une opportunité pour accompagner les territoires vers une meilleur structuration touristique*, Offices de Tourisme de France®.

Gitton François-Pierre, Fabrice Hillaireau, « La DGE, acteur majeur de l'observation de la demande touristique », *Cahier Espaces Tourisme et loisirs*, mars 2017, n°335, p. 93-98.

Guinand Sandra, Jolly Sylvie, 2011, « L'approche touristique dans l'étude des territoires », Collège international des sciences du territoire (CIST), Fonder les sciences du territoire.

Kusek Marie, 2020, *La place de l'observation touristique dans la stratégie d'un office de tourisme - L'exemple de l'office de tourisme de Paray-le-Monial*, Mémoire de Master 2 TIC ADTT, ISTHIA, Foix, 174p.

Labonne Félix, 2017, « Observer, c'est bien. Le faire utilement, c'est mieux. De la nécessaire "mise en utilité" de l'observation touristique », *Cahier Espaces Tourisme et loisirs*, mars 2017, n°335, p71-74.



Marcelpoil Emmanuelle, Perrin-Bensahel Liliane, Vlès Vincent, 2007, « Gouvernance des territoires touristiques : l'économie confrontée à l'urgence de la gestion urbaine et sociale. Les dynamiques territoriales : débats et enjeux entre les différentes approches disciplinaires », Grenoble, 43e colloque de l'ASRDLF.

Ondet Olivier, 2015, « Le Big Data, au service du tourisme », *Annales des Mines - Réalités industrielles*, vol. 2015, n°3, p. 77-79.

Rayssac Sébastien, 2013, « Une filière professionnelle complexe. Tourisme urbain, Tourisme en ville, Association du Dialogue Métropolitain de Toulouse », p.58-59.

République française, 1983, Loi n° 83-8 (Loi Defferre), <https://urlz.fr/l9oX>, consulté le 03 mars 2023.

Saskia Cousin, 2003, *L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel*, Thèse de doctorat en anthropologie sociale et ethnologie, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS), 623 p.

Thillet Dominique et al, 2021, « Inventer le tourisme de demain en Occitanie » *Cahier Espaces Hors-série*, 100p.

Torchy Maryne, 2018, *Le rôle de l'Observatoire Touristique dans la mise en place de la stratégie marketing départementale*, Mémoire de Master 2 TIC ADTT, ISTHIA, Foix, 149p.

Vie Publique, *Qu'est-ce que l'acte I de la décentralisation ?*, <https://urlz.fr/l9p2>, consulté le 03 mars 2023.

**Anne IUS**  
Présidente de Tarn-et-Garonne Tourisme

**Caroline MANENS**  
Directrice  
T. 05.63.21.79.45  
caroline.manens@tourisme82.com

**Richard RAMBOER**  
Directeur adjoint,  
Manager Pôle Promotion - Commercialisation - Qualité - Observatoire Economique  
T. 05.63.21.79.57 - P. 06.86.17.80.67  
richard.ramboer@tourisme82.com

**INGÉNIERIE**

**SERVICE ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE ET TOURISME DURABLE**

**Catherine TERSET**  
Chef de service Activités de Pleine Nature  
T. 05.63.21.79.39 - P. 06.78.49.37.36  
catherine.terset@tourisme82.com

**SERVICE QUALITÉ - LABELS ANIMATION DES OFFICES DE TOURISME**

**Armelie GUIDICELLI**  
Chef de service  
T. 05.63.21.79.46  
armelie.guidicelli@tourisme82.com

**Sandrine DELLAUX**  
Chargée de mission Label Clefsvertes  
T. 05.63.21.79.64  
sandrine.dellaux@tourisme82.com

**Fabienne SINNING**  
Chargée de mission Production - Groupes  
T. 05.63.21.79.47  
fabienne.sinning@tourisme82.com

**PROMOTION - COMMERCIALISATION**

**SERVICE PROMOTION - COMMUNICATION WEB - EDITIONS - PRESSE COMMERCIALISATION**

**Laurence DELZARS**  
Chef de service Promotion - Commercialisation  
T. 05.63.21.79.49 - P. 07.85.27.47.08  
laurence.delzars@tourisme82.com

**Lauriane DONZELLI**  
Chargée de mission Presse  
T. 05.63.21.79.63 - P. 07.86.27.33.50  
lauriane.donzelli@tourisme82.com

**Nathan VALLIENNE**  
Webmaster - Administrateur  
T. 05.63.21.79.33  
nathan.vallienne@tourisme82.com

**Magali DELZERS**  
Chargée de mission Production - Commercialisation  
Suppléante Classement Membres de Tourisme  
T. 05.63.21.79.61  
magali.delzers@tourisme82.com

**Fabienne LANG-POIVRE**  
Chargée de mission Production - Commercialisation  
Suppléante Classement Membres de Tourisme  
Suppléante Tourisme & Handicap  
T. 05.63.21.79.60  
fabienne.poire@tourisme82.com

**RESSOURCES**

**SERVICE RESSOURCES ACCUEIL - ADMINISTRATION COMPTABILITÉ**

**Charlotte IDR**  
Chef de service  
T. 05.63.21.79.62  
comp@tourisme82.com

**Rachael PROJEMAL**  
Actuel - Observatoire Economique  
T. 05.63.21.79.65  
info@tourisme82.com

**TARN-ET-GARONNE TOURISME SOUTIEN LES JEUNES PAR LE BIAIS DE CONTRATS D'APPRENTISSAGE**

**Floir NUNES**  
Assistante mission Epitourisme  
T. 05.63.21.79.31  
onotourisme@tourisme82.com  
Sous la responsabilité de Armelie Guidicelli

**Vicky HACHOTTE**  
Assistante mission Observatoire Economique  
T. 05.63.21.79.36  
obs@tourisme82.com  
Sous la responsabilité de Richard Ramboer

**Fanny MERCI**  
Assistante mission Promotion  
T. 05.63.21.79.58  
assistant.promotion@tourisme82.com  
Sous la responsabilité de Laurence Delzars

**Anaelle RIGAUDT**  
Assistante comptable  
T. 05.63.21.79.50  
anaelle.rigaudt@tourisme82.com  
Sous la responsabilité de Charlotte IDR

**ANNEXES**

**Annexe 1 : Organigramme de l'ADT Tarn-et-Garonne**

## **TABLES DES SIGLES**

**ADT** : Agence de Développement touristique

**ATD** : Acteurs du Tourisme Durable

**CD** : Conseil Départemental

**CDT** : Comité Départemental du Tourisme

**CRM** : Customer Relationship Management (Gestion de la Relation Client en français)

**CRT** : Comité Régional du Tourisme

**CRTL** : Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

**DGE** : Direction générale des entreprises

**FTO** : France Observation Tourisme

**INSEE** : Institut National de la Statistique et des Études Économiques

**ISTHIA** : Institut Supérieur du Tourisme de l'Hôtellerie et de l'Alimentation

**OMT** : Organisation Mondiale du Tourisme

**OT** : Office de Tourisme

**NOTRe** : Nouvelle organisation territoriale de la République

**SIG** : Système d'Information Géographique

**SIT** : Système d'Information Touristique

## **TABLES DES FIGURES**

Figure 1 : Infographie récapitulant les changements de compétences liées à la loi NOTRe

Figure 2 : Schéma du fonctionnement de la plateforme DATAtourisme

Figure 3 : Capture d'écran d'un des tableaux de bord proposé par la plateforme Zéphyr de Charentes Tourisme

Figure 4 : Capture d'écran du tableau de bord du tourisme en France

Figure 5 : Carte des SIT au niveau départemental

Figure 6 : Carte des SIT au niveau régional

Figure 7 : Logo de l'ADT Tarn-et-Garonne

## **TABLES DES TABLEAUX**

Tableau 1 : Rétroplanning de la méthode probatoire

# TABLES DES MATIÈRES

<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>8</b>
<b>SOMMAIRE .....</b>	<b>9</b>
<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE .....</b>	<b>8</b>
<b>PREMIÈRE PARTIE : COMPRENDRE L'OBSERVATION DANS LES TERRITOIRES TOURISTIQUES À L'AIDE DE LA DATA ET DES OUTILS NUMERIQUES.....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCTION DE LA PREMIÈRE PARTIE.....</b>	<b>10</b>
<b>CHAPITRE 1 : Comprendre l'observation du tourisme.....</b>	<b>11</b>
1. Comment définir l'observation ? .....	11
1.1. Définition .....	11
1.2. Historique de l'observation touristique .....	11
1.3. Apparition de nouveaux enjeux pour l'observation touristique de demain .....	13
1.3.1. Nouveau métier : Chargé(e) de mission Observatoire touristique.....	13
1.3.2. Tourisme : un facteur de développement depuis plusieurs siècles.....	14
1.3.3. Tourisme : un secteur complexe et transversal.....	15
2. Pourquoi observer le tourisme ?.....	16
2.2. Observer pour analyser et prendre des décisions.....	17
3. Comment observer le tourisme ?.....	17
3.1. À l'aide d'indicateurs propres au tourisme .....	18
3.2. Et de différentes méthodes de collecte de la donnée .....	19
<b>CHAPITRE 2 : La relation transversale de l'observation territoriale et l'observation touristique.....</b>	<b>21</b>
1. Qu'est-ce que l'observation territoriale ? .....	21
1.1. Définir un territoire.....	21
1.2. Définir l'observation territoriale .....	22
2. L'observation des territoires : une compétence partagée grâce aux politiques de décentralisation .....	23
2.1. Une organisation hiérarchisée de l'observation des territoires... ..	23
2.2. ... Qui met à l'écart les Offices de Tourisme .....	26
3. La complémentarité de l'observation territoriale et du tourisme.....	28
3.1. Les différences entre les deux... ..	28
3.2. ...Offrent une opportunité pour une analyse complémentaire .....	29
<b>CHAPITRE 3 : La data et les outils numériques au service de l'observation des territoires touristiques.....</b>	<b>31</b>
1. La data au sein du tourisme.....	31
1.1. Origine et caractéristiques de la data.....	31

1.2. Opportunités du tourisme liées à la data .....	32
2. Émergence de nouveaux outils pour l'observation et l'analyse touristique .....	33
2.1. Outils de quantification de la fréquentation touristique .....	33
2.2. Outils de datavisualisation.....	34
2.2.1. Excel : un outil de base et accessible à tous .....	35
2.2.2. Des outils propres à la datavisualisation .....	35
2.2.3. Le codage informatique .....	36
2.3. Outils favorisant le partage et la structuration de la data touristique.....	37
2.3.1. Les Sources d'Information Touristique (SIT).....	37
2.3.2. L'Open Data .....	38
2.4. Outils de cartographie .....	39
3. Les limites des NTIC et de la data dans l'observation des territoires touristiques .....	40
3.1. Une data touristique complexe difficilement collectée et partagée .....	40
3.2. Qui donne lieu à une observation touristique majoritairement quantifiée.....	41
3.3. Sans tenir compte des territoires .....	42
<b>CONCLUSION DE LA PREMIÈRE PARTIE .....</b>	<b>44</b>
<b><u>DEUXIÈME PARTIE : LES IMPACTS DE L'UTILISATION DES NTIC ET DE LA DATA AU SEIN DE L'OBSERVATION TOURISTIQUE .....</u></b>	<b><u>10</u></b>
<b>INTRODUCTION DE LA DEUXIÈME PARTIE .....</b>	<b>46</b>
<b>CHAPITRE 1 : La complexité d'assimiler les nouveaux outils numériques dans l'observation et l'analyse touristique par les acteurs du tourisme.....</b>	<b>47</b>
1. Les objectifs des NTIC au sein de l'observation et l'analyse touristique .....	47
1.1. Comprendre le comportement des touristes .....	47
1.2. Aider à améliorer les politiques touristiques .....	49
1.3. Faciliter l'analyse et optimiser le processus d'observation.....	49
1.4. Sensibiliser à la data par des formations proposées par les CRT, ADT et autres organismes	51
2. Des objectifs éloignés de la réalité .....	53
2.1. Insuffisance de formations et donc de connaissances techniques .....	53
2.2. Manque de moyens humains, financiers et de temps .....	54
2.3. Méconnaissance d'un lien transversal entre la data territoriale et touristique par les acteurs du tourisme.....	55
<b>CHAPITRE 2 : L'incapacité de faire évoluer les modèles d'analyses touristiques et les indicateurs touristiques .....</b>	<b>58</b>
1. Les indicateurs touristiques les plus utilisés... ..	58
1.1. Se concentrent fortement sur des données de fréquentation... ..	58
1.2. Et sont très quantitatifs .....	60
2. ...Qui ont montrés diverses limites.....	61

2.1. Même si le domaine de l'observation touristique a connu une certaine évolution depuis ses débuts...	62
2.2. ... Il demeure largement axé sur une approche quantitativo-statistique limitée.....	64
2.2.1. Dû à un grand nombre de données complexes à collecter et à analyser .....	64
2.2.2. Et à la dimension politique des territoires qui joue un rôle dans l'observation .....	65
3. Négligeant souvent la prise en compte du territoire dans le tourisme .....	67
<b>CHAPITRE 3 : L'impossibilité de tendre vers une uniformisation de la data touristique malgré l'aide des outils numériques .....</b>	<b>69</b>
1. Plusieurs finalités communes de l'uniformisation de la data touristique .....	69
1.1. Méthodologie d'observation standardisée et adaptée à tous les territoires .....	69
1.1. Facilité d'analyse et de comparaison .....	72
1.2. Opportunités liées à l'Open Data .....	72
2. Limites de l'uniformisation de la data touristique .....	73
2.1. Une grande majorité des données sont limitées et restreintes .....	73
2.1.1. Considérées comme confidentielles et/ou taboues .....	73
2.1.2. Non gratuites pour des fins lucratives .....	74
2.2. Perception encore peu utile de l'observation pour certains acteurs du tourisme .....	75
2.3. Méthodologie complexe à mettre en œuvre .....	76
2.3.1. Des territoires avec des caractéristiques et des besoins différents .....	76
2.3.2. Nécessité de ressources humaines, techniques, financières et de données .....	77
<b>CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE.....</b>	<b>80</b>
<b><u>TROISIÈME PARTIE : MÉTHODOLOGIE PROBATOIRE SUR LE TERRAIN D'APPLICATION.....</u></b>	<b><u>8</u></b>
<b>INTRODUCTION DE LA TROISIÈME PARTIE .....</b>	<b>81</b>
<b>CHAPITRE 1 : Terrain d'application .....</b>	<b>82</b>
1. Justification du choix de terrain.....	82
2. Agence de Développement Touristique Tarn-et-Garonne .....	82
2.1. Historique de l'ADT.....	82
2.2. Fonctionnement de l'ADT .....	83
2.3. Enjeux liés au tourisme et à l'observation .....	84
<b>CHAPITRE 2 : Méthodologie probatoire.....</b>	<b>85</b>
1. Objectifs.....	85
2. Collecter des données .....	85
2.1. Données sur la méthode de collecte .....	85
2.2. Données sur les outils numériques .....	86
2.3. Données sur les modèles d'analyses et les indicateurs touristiques .....	86
2.4. Données concernant les formations et les compétences des employés de l'ADT et d'autres acteurs du tourisme .....	87

2.5. Données sur les ressources financières, humaines et temporelles à l'observation .....	88
2.6. Données sur la faisabilité de l'uniformisation de la data touristique.....	88
3. Analyser et Communiquer .....	89
4. Organisation temporelle de la méthodologie .....	89
<b>CONCLUSION DE LA TROISIÈME PARTIE .....</b>	<b>91</b>
<b><u>CONCLUSION GÉNÉRALE.....</u></b>	<b><u>92</u></b>
<b><u>BIBLIOGRAPHIE.....</u></b>	<b><u>94</u></b>
<b><u>ANNEXES .....</u></b>	<b><u>96</u></b>
<b><u>TABLES DES SIGLES .....</u></b>	<b><u>97</u></b>
<b><u>TABLES DES FIGURES.....</u></b>	<b><u>98</u></b>
<b><u>TABLES DES TABLEAUX .....</u></b>	<b><u>98</u></b>
<b><u>TABLES DES MATIÈRES .....</u></b>	<b><u>99</u></b>
<b><u>RÉSUMÉ.....</u></b>	<b><u>81</u></b>
<b><u>SUMMARY.....</u></b>	<b><u>81</u></b>



# RÉSUMÉ

Aujourd'hui, l'observation des territoires touristiques est considérée comme essentielle pour obtenir une meilleure compréhension du tourisme sur un territoire donné. Ses missions sont principalement tournées autour de la collecte, de l'analyse et du partage des données.

Au fil du temps, cette pratique a évolué pour s'adapter aux changements dans le secteur touristique et aux nouveaux enjeux des NTIC. Les méthodes d'observation actuelles utilisent un grand nombre d'outils afin de recueillir des données touristiques et d'aider les territoires ainsi que les acteurs du tourisme dans leur développement touristique.

Cependant, malgré leurs nombreux avantages, les évolutions des NTIC et de la data créent également de nouvelles limites.

Ainsi, l'objectif de cette étude sera de comprendre comment les évolutions des outils numériques et des technologies de traitement de données ont un impact sur le processus d'observation des territoires touristiques.

**MOTS CLÉS :** Observation – Territoire Touristique – NTIC – Data

# SUMMARY

Nowadays, the observation of tourism territories is considered essential to obtain a better understanding of tourism in a given territory. Its missions mainly revolve around the collection, analysis and sharing of data.

Over time, this practice has evolved to adapt to changes in the tourism sector and to the new challenges of NICT. Current observation methods use a large number of tools to collect tourism data and to help territories and tourism stakeholders in their tourism development.

However, despite their many advantages, the evolution of NICTs and data also creates new limits.

Thus, the objective of this study will be to understand how the evolutions of NICTs and data have an impact on the observation process of tourism territories.

**KEYWORDS :** Observation - Tourism Territory - NTIC - Data