



Office de Tourisme Communautaire « Vallespir Tourisme »  
4 rue Arago - 66160 Le Boulou  
04 68 87 50 95  
5 rue Saint Ferréol – 66400 Céret  
04 68 87 00 53  
contact@vallespir-tourisme.com

## Relevé de décisions

### Réunion groupe de travail « observatoire » du mardi 05 décembre 2023, 9h00 – 1<sup>er</sup> étage salle de l'union

**Présents** : M. Jean Plouzennec – Vice-Président « Vallespir Tourisme » & restaurateur partenaire « Les arbousiers », Mme Aline Mossé – Membre élu Le Boulou « Vallespir Tourisme », M. Éric Colomb – Chambre d'hôte partenaire « Le Mas des Colombes », Mme Elvire Aspart – Membre élu Reynés « Vallespir Tourisme » & meublé de tourisme partenaire, M. Jean Villalongue – Prestataire d'activité partenaire « Inxtremis Aventura », M. Thierry Grimaux – Prestataire d'activité « Aloha aventure » & Camping « Aloha camping club » partenaires, Mme Fanny Fontaine – Directrice Générale des Services Communauté de Communes du Vallespir, Mme Gisèle Ferrés – Directrice par interim « Vallespir Tourisme » et Mme Corinne Ricart – Chargée Observatoire « Vallespir Tourisme ».

**Excusés / absents** : M. François Comes – Vice-Président « Vallespir Tourisme », Mme Radja Hadj-Hafsi – Hôtel partenaire « Le Cérétan Hôtel », M. Georges Marcerou – Producteur de terroir partenaire « Les vigneron du Vallespir », M. Jean-Roch Dumont Saint Priest – Directeur – Conservateur du musée d'art moderne de Céret, M. Marc Puig – Directeur des Thermes du Boulou

**Compte-rendu rédigé par** : Corinne Ricart

La réunion débute à 9h00.

Gisèle Ferrés présente l'ordre du jour de cette première réunion de travail sur la mise en place de l'observatoire local du tourisme :

- 1 – Rappel des objectifs de l'observatoire économique et territorial,
- 2 – Données chiffrées actuellement exploitées en matière d'observation touristique,
- 3 – Que vous paraît-il essentiel d'observer et de quantifier en faveur du futur observatoire,
- 4 – Échanges divers.

Il s'agit d'une réunion participative à laquelle les membres présents sont invités à débattre sur les données qu'il serait utile d'exploiter ainsi que les moyens à mettre en place pour pouvoir les recenser.

Corinne Ricart prend le relais pour aborder l'ordre du jour point par point :

- 1 – Rappel des objectifs de l'observatoire économique et territorial :

L'objectif de cet observatoire est qu'il soit un outil d'aide à la prise de décision destiné aux acteurs économiques (chefs d'entreprise, porteurs de projet...) et aux acteurs politiques du territoire. Il se devra d'être également un outil de réponse aux demandes de la presse et des professionnels du tourisme partenaires.

Pour ce faire, il sera nécessaire de :

- créer un **tableau de bord de la destination** présentant l'offre et l'activité touristique en lien avec les partenaires du territoire (mise à jour régulière),
- mettre en place un **observatoire quantitatif** : analyse des données économiques en lien avec le tourisme (nombre d'hébergements touristiques, résidences secondaires, fréquentation touristique chez nos professionnels du tourisme, données taxe de séjour, données économiques...
- mettre en place un **observatoire qualitatif** : analyse des clientèles.

#### 2 – Données chiffrées actuellement exploitées en matière d'observation touristique :

- les données internes de l'office de tourisme (clientèle guichet, fréquentation salons et accueils hors les murs, visites guidées, site internet et réseaux sociaux),
- les données de fréquentation des hébergeurs partenaires issues des enquêtes de conjoncture internes qui leur sont envoyées chaque trimestre (fréquentation / rapport à N-1 et N-2 voire N-3, provenance des visiteurs, profil clients, séjour et consommation touristique, remarques diverses).

#### 3 – Les participants sont invités à apporter des idées, à échanger, sur ce qu'il leur paraît essentiel d'observer ou de quantifier en faveur du nouvel observatoire :

##### **A/ Le travail de réflexion débute par l'observatoire quantitatif.**

Un travail de benchmark a été préalablement effectué sur des destinations similaires ayant mis en place un observatoire du tourisme pour amener à la réflexion. Cela a permis de recenser les différentes catégories socio-professionnelles et autres offres touristiques incontournables à faire figurer sur le tableau de bord de la destination. Le travail va donc consister à analyser ce qui est pertinent à mettre en place pour chacune de ces catégories.

Les catégories socio-professionnelles comprennent : les hébergeurs, les restaurateurs, les prestataires d'activités et de loisirs, les producteurs de terroir, le thermalisme et les sites patrimoniaux et culturels. Les autres offres touristiques mentionnent les espaces naturels / piscines et les grands événements.

**L'offre** : il faudra débiter par un recensement de l'offre pour toutes ces catégories socio-professionnelles et offres touristiques. Concernant les Fêtes et Manifestations, Mme Fontaine conseille de débiter l'offre avec 3 ou 4 temps forts pour lesquels nous serions en mesure d'en analyser la répercussion.

##### **Fréquentation :**

\* Pour les hébergements, 3 options d'analyse ont été évoquées via des enquêtes de conjoncture :

- En interne
- En collaboration avec le CRTL
- Par le biais de la société G2A Consulting

*Option retenue : Enquête de conjoncture en interne.*

Les raisons de ce choix sont diverses :

- Le montant trop conséquent pour l'analyse G2A Consulting car nous n'en sommes qu'à la mise en place de l'observatoire.
- L'intégration d'un panel de prestataire à l'enquête de conjoncture adressée par le CRTL ne semble pas pertinente car pas assez représentative et n'avons pour le moment pas d'information sur son coût.

- L'enquête de conjoncture en interne paraît ainsi plus adaptée au territoire car l'analyse est portée sur la destination. Le panel de prestataires pour cette enquête sera plus conséquent. D'ailleurs, le fait que l'analyse se fasse sur notre territoire est très important. M. Colomb évoque d'ailleurs que plus il y a de proximité dans l'enquête, plus l'analyse est intéressante. Il mentionne aussi qu'il serait préférable de questionner les prestataires sur « l'évolution du panier moyen » d'une année sur l'autre (sur une même période) plutôt que de demander l'estimation du « panier moyen ». En effet, les données relatives à l'évolution du panier moyen paraissent plus intéressantes à exploiter dans un premier temps.

M. Villalongue note qu'il serait important de travailler en collaboration avec le Haut Vallespir et la Côte Vermeille afin de croiser les données.

Mme Fontaine mentionne également le fait qu'il est important de commencer « petit ».

\* Pour les autres catégories socio-professionnelles, 2 options d'analyse ont été évoquées via également des enquêtes de conjoncture :

- En interne
- En collaboration avec le CRTL

*Option retenue : Enquête de conjoncture en interne (mêmes raisons que pour les hébergements)*

Pour les restaurateurs, il serait intéressant de rajouter dans l'enquête la question de « l'évolution du panier moyen de consommation ».

Problématique rencontrée sur les enquêtes de conjoncture :

Actuellement, les enquêtes trimestrielles destinées aux hébergeurs n'obtiennent que très peu de réponses de leur part. Les résultats ne sont donc pas représentatifs.

Quelles solutions peuvent être apportées pour capter l'attention et donner envie aux partenaires de compléter ces enquêtes ?

- Faire le choix d'un formulaire autre qu'un « google forms ». L'office de tourisme peut passer par le Système d'information géographique (SIG) de la Communauté de Communes du Vallespir pour établir un formulaire adapté plus agréable et facile à compléter. Le formulaire se devra d'être clair et facile d'utilisation.
- Dans l'enquête destinée aux hébergeurs, il sera nécessaire d'insérer les tendances de fréquentation pour les mois à venir, pour la saison estivale... afin d'engager des actions de promotion ciblée si besoin. Il est en effet important d'anticiper les réservations.
- Faire un retour synthétique régulier de ces analyses auprès des partenaires est souhaité.
- M. Grimaux suggère de proposer un « gain » aux prestataires pour les inciter à compléter l'enquête. En exemple, si le partenaire joue le jeu, l'information le concernant peut remonter en premier plan...

Fréquence :

- Le formulaire pourra être envoyé chaque mois et ce toute l'année pour permettre une analyse plus fine.

Le formulaire de l'enquête de conjoncture sera donc adressé à chacune des catégories socio-professionnelles et sera adapté en fonction du prestataire sondé. Les résultats seront ainsi plus précis (l'enquête ne concernera pas uniquement les hébergements et sera plus régulière (chaque mois)).

**Taxe de séjour :** Toutes les données seront recensées.

**Classement, labels et marques :** ces données seront recensées pour les hébergements, restaurateurs, prestataires d'activités et de loisirs, sites patrimoniaux / culturels et producteurs de terroir.

### **Données chiffrées :**

- Il serait pertinent de recenser des données chiffrées pour les sites patrimoniaux et culturels ainsi que les thermes comme, par exemple, le nombre d'entrée généré et la capacité d'accueil de l'établissement.

Mme Fontaine évoque la nécessité d'avoir une réunion avec les directions des établissements thermaux du Boulou et d'Amélie-les-Bains pour avoir des données les concernant. Nous aurions ainsi des statistiques à l'échelle de la vallée en termes de thermalisme.

- Concernant les temps forts, sur les 3 ou 4 sélectionnés, il serait intéressant de quantifier le nombre de participants.

- Pour les espaces naturels, tel que le site des lacs de Saint Jean Pla de Corts, et les piscines municipales, recenser le nombre de passage / nombre d'entrées est à retenir. Mme Fontaine souligne que des bornes de comptage seront peut-être mises en place sur les sentiers de randonnée et la véloroute voie verte du territoire.

- Générer les données chiffrées de fréquentation guichet de l'office de tourisme, des salons et accueils hors les murs, des visites guidées, du site internet et des réseaux sociaux.

### **B/ L'observatoire qualitatif : enquête clientèle**

Il s'agit de mettre en place un formulaire qui sera complété par la clientèle en visite ou en vacances sur le territoire. Ce formulaire portera sur :

- le profil,
- le comportement : choix de la destination, réservation de l'hébergement, comportement sur place,
- la satisfaction client.

Sa mise en place questionne sur la problématique de solliciter à nouveau les socio-professionnels afin qu'ils soumettent cette enquête à leur client.

Solutions évoquées :

- Mettre 1 affiche avec flash code renvoyant sur le formulaire, à disposition chez nos professionnels partenaires,
- Enquête à compléter sur 1 tablette. 1 agent de l'OT se déplacera pour sonder le public présent dans les endroits stratégiques de la destination. Mme Fontaine précise que pour des questions RH (mise à disposition du personnel), cette option ne pourra pas être effectuée toute l'année.

Comment donner l'envie à la clientèle de compléter l'enquête ?

- Mise en place d'un jeu concours
- Formulaire basé sur 5 ou 6 questions simples

### **C/ Chiffres clés**

Il s'agit de référencer sur un document des données clés du territoire telles que : population permanente du territoire, nombre de communes, densité, hébergements touristiques, nombre de visiteurs sites touristique...

4 - Échanges divers :

Au cours de cet atelier de travail, d'autres sujets et demandes ont été évoqués :

- Développer le « hors saison » en référence à l'Espagne qui génère beaucoup de fréquentation à ces périodes.

- Au sujet des problèmes de communication rencontrés cette année en lien avec la sécheresse et le manque d'eau, M. Colomb mentionne qu'il faudra être vigilant en termes de communication.

Pour M. Grimaux, une bonne communication sera nécessaire et elle devra être anticipée en 2024.

Mme Fontaine précise qu'au prochain comité de direction, qui aura lieu le lundi 11 décembre 2023, la révision de la communication sur les réseaux sociaux de l'office de tourisme va faire partie de l'ordre du jour.

M. Grimaux note qu'il faudrait rebondir sur le côté positif de la destination comme par exemple « il fait beau » ...

- M. Grimaux pense qu'il serait utile d'exploiter les données « volume des déchets » pour croiser avec les données de fréquentation.

Mme Fontaine annonce qu'une réunion du groupe de travail sera programmée début d'année 2024 pour consolider cette première réunion et faire un point sur l'état d'avancement.

Fin de la réunion à 10h50.