

PROGRAMME DE FORMATION

Mettre en place et animer un observatoire local du tourisme

Objectifs de la formation

- Comprendre les bases des 4 piliers de l'observation touristique
- Concevoir la trame d'un tableau de bord d'indicateurs adapté à son territoire
- Analyser et interpréter les résultats de l'observation
- Formaliser un premier plan d'actions

Programme

Que ce soit pour réaliser des états des lieux, appréhender les enjeux du territoire et contribuer à l'élaboration d'une stratégie touristique, ou pour évaluer l'impact du tourisme sur le territoire et l'impact des actions réalisées, il est essentiel de structurer une observation territoriale du tourisme, partenariale et pérenne. Cela passe par l'organisation de la collecte des données, leur analyse et leur interprétation, mais aussi par la communication et l'animation auprès des décideurs & acteurs du tourisme sur le territoire.

Cette formation a pour objet de connaître et identifier les bonnes méthodes et outils, ainsi que les indicateurs à suivre pour structurer une observation personnalisée, outil d'aide à la décision au service de la stratégie du territoire : « Connaître pour agir ».

Module 1 : Les éléments de cadrage d'un observatoire local du tourisme

- L'observation, aide à la décision : finalités, fonctions et missions
- Les évolutions en lien avec les stratégies de tourisme durable et responsable
- La définition des enjeux et objectifs spécifiques sur le territoire :
 - o La notion d'enjeux et objectifs
 - o La démarche & les bonnes questions à se poser : lien avec la stratégie du territoire, comprendre les attentes des acteurs, notion de co-construction
- Les acteurs nationaux et leurs outils : INSEE, DGE, ADN, Atout France, et les producteurs nationaux de données (Orange, TCI Research, MKG, FTO/Transparent, G2A Consulting, AIRDNA...)
- Les organismes régionaux et départementaux : les partenariats, enquêtes spécifiques, dispositif & services d'Auvergne Rhône Alpes Tourisme
- La nécessaire harmonisation et mutualisation des données

Module 2 : Les 4 champs de l'observation du tourisme

- L'observation et l'analyse de l'offre :
 - o Les composantes de l'offre & les définitions à connaître, les sources & outils
 - o Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs : importance des données sur la qualification de l'offre
 - o Les enquêtes acteurs
- L'observation et l'analyse de la fréquentation
 - o La fréquentation du territoire : FVT (Flux Vision Tourisme), G2A Consulting – points clés des méthodes et indicateurs
 - o La fréquentation des offres (hébergements, sites & billetterie, activités de pleine nature, remontées mécaniques, thermalisme & bien-être, la randonnée, etc.), les définitions à connaître, les sources & outils, et les indicateurs clés
 - o L'estimation des nuitées via les indicateurs à disposition : notion de matrice d'estimation
 - o Comment traiter la problématique de la conjoncture
 - o 3 règles de base pour gérer les relations avec les professionnels en cas d'enquête

- L'observation et l'analyse marketing et des clientèles
 - o Connaître les clientèles sur votre territoire : vos contacts, vos demande, l'observation, les entretiens et les enquêtes visiteurs (méthodes & définitions)
 - o Analyser la satisfaction des clientèles sur votre territoire : optimiser et exploiter les enquêtes Qualité (Qualité OTSI)
 - o Connaître l'eRéputation : l'outil Fairguest
 - o Problématique de la notoriété et de l'image du territoire
- L'observation et l'analyse de l'impact économique
 - o Analyse des emplois : définitions et sources (INSEE, ACOSS)
 - o Les 2 modes d'évaluation de l'impact économique : à partir de la production & à partir de la consommation

Module 3 : Bâtir un tableau de bord local de l'activité touristique : pourquoi ? Comment ?

- Présentation d'expériences locales
- Principes clés d'un tableau de bord d'indicateurs : simplicité, clarté et visualisation
- Les dix points clés pour construire un tableau de bord
- Les outils à disposition : Excel / Google Sheet / LockerStudio ...)

Module 4 : Analyser et communiquer les résultats pour aider à la prise de décision

- Les précautions à prendre dans l'analyse des résultats
- Qu'est-ce qu'une bonne analyse ?
- La diffusion des résultats selon les cibles (décideurs, professionnels, presse), plan de communication
- L'animation des résultats et l'intégration dans les plans d'actions

Module 5 : Définir le plan d'actions & les conditions de mise en œuvre de son observatoire local

- Les règles du jeu : permanence, éthique et partenariat
- Phasage de la mise en œuvre et ressources humaines et techniques à déployer
- La gouvernance : l'organisation et les relations en interne, les partenaires (du projet co-construit au suivi des actions d'observation)

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Ateliers individuels et collectifs
- Support pédagogique transmis aux stagiaires

Public

Personnel en charge de l'observation touristique

Prérequis

Pas de pré-requis :

Documents nécessaires :

- Visionner la vidéo mise à disposition des stagiaires et transmises 15 jours avant la formation avec la convocation
- Déposer sur le drive mise à disposition le/les documents présentant la stratégie de développement touristique de son territoire & les éventuels travaux d'observation déjà réalisés.
- Prendre contact et effectuer un rapide entretien auprès de la personne en charge de l'observation à l'échelle départementale pour connaître les actions et les données disponibles.

Matériel nécessaire :

- Venir avec son PC équipé de la suite office



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



Auvergne Rhône-Alpes Tourisme_Trajectoires Tourisme : 11 B, Quai Perrache , 69002, LYON
/ Tél. : 04 81 13 28 32 / contact@trajectoires-tourisme.com
Siret n° 824 433 866 000 46 - Code NAF 94.99Z – Activité enregistrée sous le n° 84 691 487
469 auprès du préfet de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Cet enregistrement ne vaut pas
agrément de l'Etat

Informations complémentaires

Cette formation est dispensée par Françoise CLERMONT consultante et formatrice depuis 15 ans. Elle a précédemment créé, animé et géré l'observatoire régional du tourisme au sein du CRT Midi-Pyrénées et accompagné la création d'observatoires départementaux et locaux.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Évaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : quiz + fiches trames (tableaux de bord, plan de communication, plan de mise en oeuvre)
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Indicateurs de résultat (Post-Evaluation)

Durée

2.00 jour(s)

14:00 heures

