

Les indicateurs du “club”

Comment les faire parler ?

L'indice de touristicité, en bref

L'indice de touristicité, c'est **une valeur comprise entre 0 et 100**. Il illustre les **ressources touristiques d'un territoire**.

Il se calcule à partir de 103 critères autour de 4 thèmes : l'offre en tourisme de séjour, l'offre en tourisme d'excursion, l'attractivité du territoire et son accessibilité.

Un territoire avec un indice de 40 a des ressources moindres qu'un territoire avec un indice de 80. Cela ne veut pas dire pour autant qu'il est moins **efficace**.

C'est l'enjeu du club indicateurs : **comparer les résultats des structures au regard de leurs ressources** pour en tirer des stratégies efficaces et actions d'amélioration. In fine, définir des trajectoires d'évolution des offices de tourisme et les leviers pour s'y engager.

L'indice de touristicité n'est en aucun cas un « classement » des territoires. Son utilité est dans la comparaison entre pairs, c'est-à-dire entre offices de tourisme et entre territoires ayant des ressources similaires.

À partir de cet indice de touristicité, les structures peuvent **se comparer sur de nombreuses données et sur une série d'indicateurs d'efficace**.

Le top 6 des bonnes raisons de participer au club

- Disposer de données de comparaison à l'échelle nationale
- Disposer d'un indice de comparaison fiable et basé sur des critères multiples
- Pouvoir argumenter auprès de ses élus sur ce qui inspire ailleurs
- Disposer d'une base d'outil de pilotage interne de l'activité
- Partager une base de données et d'indicateurs communs pour illustrer l'impact des offices de tourisme sur les territoires, à toutes les échelles
- Participer aux réflexions prospectives pour accompagner les mutations du réseau

Les données récoltées

Le club permet de récolter une soixantaine de données de structures et de leurs territoires.

La comparaison de ces données brutes, avec des mini-maxi et des moyennes ou médianes permet de se positionner par rapport à des structures ayant les mêmes ressources.

Parmi les données comparées plébiscitées par le réseau :

- Moyenne des subventions versées par la collectivité à l'OT
- Budget global et sa ventilation : budget promotion, taxe de séjour
- Ventilation des ETP : global, accueil, front/back office

Les indicateurs étudiés

Le croisement des données permet d'analyser de nombreux indicateurs. Une structure peut comparer son résultat sur chaque indicateur avec les structures de même « niveau de touristicité ».

Par exemple :

- l'efficacité touristique (nb nuitées par point de touristicité)
 - la productivité en lits marchands (1 lit marchand génère x nuitées)
 - la productivité touristique (montant de taxe de séjour perçu par lit marchand)
 - la taxe de séjour perçue par hébergeur (à comparer aux services vendus aux partenaires)
- ... ou encore :
- « effort de la collectivité » ou € par habitant : montant versé par la collectivité
 - coût contact pour évaluer l'efficienne de l'accueil
 - panier moyen boutique

FOCUS INDICATEUR - Efficacité touristique

Unité : Point de touristicité

Mode de calcul : nb de nuitées marchandes sur touristicité

Objectif de cet indicateur :

Évaluer combien un point de touristicité génère de nuitées.

Potentiel d'utilisation :

Cet indicateur permet d'évaluer l'efficacité du territoire ainsi que son potentiel de développement. Un territoire à forte touristicité est a priori très attractif. Il doit donc générer un nombre de nuitées important.

Au sein d'un même niveau de touristicité, on remarque très vite les stratégies efficaces. Les territoires à forte saisonnalité ou avec une offre majoritairement excursionniste ont des niveaux d'efficacité moyens. Si c'est la stratégie du territoire, tant mieux. Si la volonté est de lisser la saisonnalité ou de développer le séjour, on identifie des pistes d'améliorations.

Un territoire avec un niveau moyen de touristicité mais une forte efficacité touristique peut chercher à augmenter son indice de touristicité par des investissements dans l'offre et l'attractivité du territoire. Il sait qu'un point de touristicité devrait lui apporter x nuitées supplémentaires.

FOCUS INDICATEUR Productivité lits marchands

Unité : €

Mode de calcul : nb nuitées marchandes / nb lits marchands

Objectif de cet indicateur :

Évaluer le nombre de nuitées générées par un lit marchand pour adapter son offre de séjour.

Stratégies étudiées :

Grâce à cet indicateur, il est possible de définir les territoires ayant un bon taux de remplissage et d'en tirer des perspectives de réduction de la saisonnalité, de « réchauffement » des lits.

Pour un même indice de touristicité, un territoire est à 37, l'autre à 100. Qu'est-ce qui différencie ces deux territoires ? Quelle a été la stratégie du second pour générer autant de nuitées ? Le parc d'hébergement du 1^{er} territoire est-il trop développé par rapport à son utilisation, auquel cas la stratégie efficiente serait de chercher à remplir ou à qualifier l'offre plutôt que de développer le parc ?