

ENQUETE MUTUALISEE DES CLIENTELES D'OCCITANIE

Présentation du dispositif

Offices de Tourisme de Lozère – 5 mars 2025



Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional

Présentation générale du dispositif



Comprendre le parcours du visiteur de l'Occitanie en situation de séjour, d'excursion, de loisirs ou d'affaires

OBJECTIF : Disposer de données de cadrage représentatives sur les profils, les comportements, les dépenses, la perception et la satisfaction des clientèles touristiques françaises et étrangères à l'échelle de la région, de ses univers de destination, des 13 départements qui la composent et dans la mesure du possible (en fonction de la quantité et de la qualité des questionnaires collectés), de territoires plus fins identifiés par les partenaires

POUR Y PARVENIR, le CRTL Occitanie et ses partenaires se mobilisent pour réaliser une grande enquête en ligne auprès des différentes clientèles touristiques qui fréquentent l'Occitanie, en séjour ou en visite à la journée.

L'enquête se déroulera sur 12 mois à partir de mi-mars 2025.



Présentation générale du dispositif



Un dispositif mutualisé

Le CRTL Occitanie est le pilote de l'enquête en tant que commanditaire de l'accord-cadre* avec le prestataire BVA XSight.

Le CRTL anime le COTECH composé des partenaires cofinanceurs :

- Observatoires des ADT/CDT de la Région (12 sur 13)
- Montpellier Métropole
- Département de la Lozère



Une enquête menée avec l'appui de BVA XSight

BVA Xsight nous aide à définir et mettre en œuvre une **methodologie d'enquête**, des **dispositifs de collecte** et des **traitements de résultats** garantissant une **fiabilité** et une **représentativité des informations analysées** au niveau territorial, au regard des cibles et filières prioritaires désignées pour cette enquête.



Un budget cofinancé

A ce jour un budget global de 267 K€ TTC dont :

- **CRTL : 100 K€** (subvention exceptionnelle de la Région Occitanie)
- **Partenaires :**
 - **Socle commun : 125K€** porté par 12 ADT/CDT (10 K€ chacun) et Montpellier Métropole (5K€)
 - **Tranches optionnelles :**
 - **10K€ : ADT Ariège Pyrénées** pour un boost de 300 enquêtes réalisées par BVA
 - **32K€ : CD Lozère** pour la réalisation d'une étude sur l'estimation des retombées socio-économiques du tourisme en Lozère, avec un boost de 300 enquêtes réalisées par BVA

* Suite à la consultation de juillet 2024

Pour faire de cette enquête un succès !

UN DISPOSITIF COLLABORATIF POUR OBTENIR UN MAXIMUM DE RÉPONDANTS TOUT AU LONG DES 12 MOIS D'ENQUÊTE ET OPTIMISER LA QUALITÉ DE L'ÉCHANTILLON

- **Le dispositif va permettre à chaque partenaire de contribuer à la collecte** et ce quels que soient sa taille et ses moyens de communication : l'objectif est de relayer l'enquête au maximum pour optimiser le nombre de répondants et la représentativité de l'échantillon.
- **Les partenaires pourront diffuser largement le lien de l'enquête via leurs outils et supports de communication digitaux** (newsletter, emailing, posts réseaux sociaux, bannière, pop-up, ...) **et print/papier auprès de leurs bases de contacts clientèles** (clientèles françaises, clientèles étrangères, habitants, clientèles Affaires...) **et de leurs partenaires locaux** (hébergeurs, prestataires d'activités, sites de visites et loisirs, commerçants, restaurateurs, fédérations ...)
- **Chaque partenaire pourra également réaliser des enquêtes sur différents sites de loisirs et de visite, sur les marchés, dans des points de sortie du territoire** (gares, aéroports, ports de plaisance...), sous réserve d'avoir obtenu l'autorisation d'enquêter sur ces sites.

Les dispositifs de collecte

Il s'agit d'une enquête web (pas de questionnaire papier)

Plusieurs modes de collecte sont prévus :



Un QR code associé à chaque partenaire, à chaque office de tourisme si besoin pour un suivi précis

1 Enquête sur smartphone via un QR Code flashé par la clientèle touristique dans des lieux touristiques
En autonomie ou assisté par un personnel d'accueil

2 Enquête auprès de la clientèle touristique administré par du personnel recruté par les partenaires

- o Recrutement et encadrement des équipes par les partenaires
- o Mise à disposition d'un document de formation PPT par BVA
- o Tablette/smartphone non fourni par BVA
- o Connexion 3G/4G/5G ou wifi permanente obligatoire

3 Animation CRTL / Partenaires :
- Digitale : pop-up sur site WEB / animation réseaux sociaux, ...
- Papier : intégration dans les brochures, ...

4 Shoot email auprès de bases de contacts opt-in



- Shoot réalisé par un partenaire 
 - o Mise à disposition d'un lien URL personnalisable afin d'identifier l'origine de la base de contact et de faire un suivi par shoot (exemple : <https://occitanie.bva-surveys.com/?PARTENAIRE=1&PARAM=CITESP>)
 - o Emailing réalisés par le partenaire
- Shoot réalisé par BVA (si l'engagement RGPD le permet) 
 - o Modèle d'email réalisé par un graphiste BVA
 - o Emailing réalisés par BVA
 - o Relances personnalisées possibles

5 Enquête auprès de la clientèle touristique administré par des enquêteurs BVA



- o Recrutement et encadrement des équipes par BVA
- o Formation des enquêteurs réalisée par BVA
- o Tablette fournie par BVA
- o Choix des lieux d'enquêtes à définir – en cours

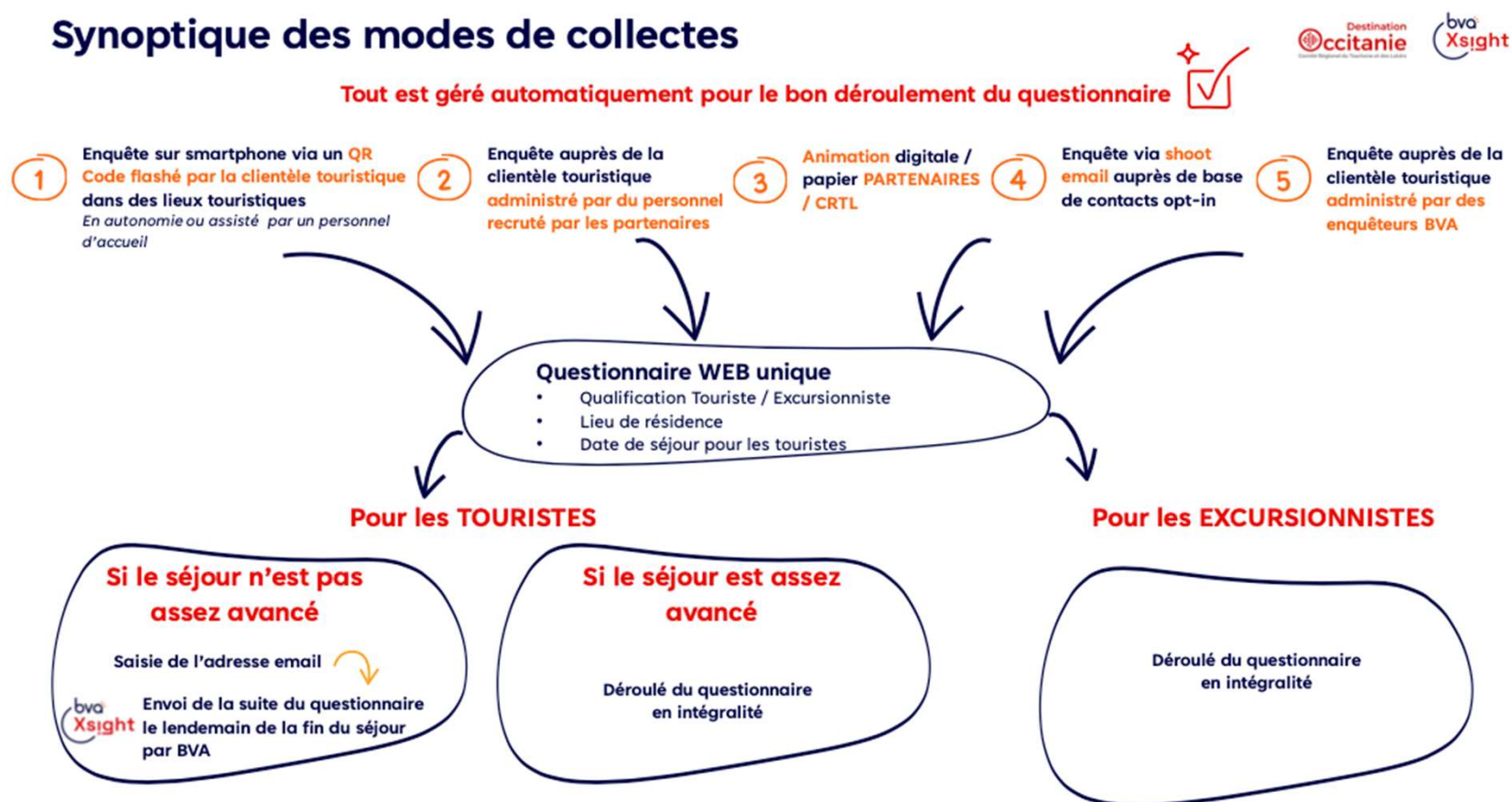


BVA XSight réalisera
61 vacations enquêteurs d'une
demi-journée soit 30 journées
enquêteurs à répartir entre les
partenaires co-financeurs
=> estimation d'un socle global
de 1000 enquêtes par BVA

Les dispositifs de collecte

Le dispositif va permettre à chaque partenaire de contribuer à la collecte

Synoptique des modes de collectes



Pour faire de cette enquête un succès !...



MOBILISER TOUS LES PARTENAIRES

> **ANIMER ET RELAYER L'ENQUETE** sur tous les territoires pour collecter un maximum de **réponses** en toutes saisons, selon différents types de pratiques et auprès des différentes cibles

> **DES OUTILS MIS A DISPOSITION**

- **KIT DE COMMUNICATION** personnalisé
- **MODE D'EMPLOI TECHNIQUE** et **SUPPORTS DE FORMATION** POUR REALISER DES ENQUETES SUR SITE

> **UNE ENQUETE SOUTENUE PAR UN JEU-CONCOURS**

Le CRTL Occitanie mettra en place un jeu-concours avec des lots d'une valeur totale de 5000€ TTC dont une partie sera co-financée par certains partenaires. Le règlement du jeu-concours sera disponible en ligne dès le lancement de l'enquête



Mobilisation de tous les partenaires de la destination Occitanie

Le succès de cette étude repose en grande partie sur l'engagement et la capacité des partenaires, qu'il s'agisse d'OGD, d'entreprises ou de filières, à animer et à relayer l'enquête auprès de leurs visiteurs et via leurs fichiers clients.

Ce dispositif collaboratif permettra d'obtenir un maximum de répondants tout au long des 12 mois d'enquête et d'optimiser la qualité de l'échantillon.

Kit de communication disponible sur demande

Un kit de communication est mis à disposition des partenaires concernés et volontaires pour relayer l'enquête, ainsi que des outils de collecte (QR Code, liens personnalisés, ...). En partenariat avec les ADT concernées, des réunions d'information seront organisées dans les territoires. [Je demande le kit](#)



Le dispositif de collecte en Lozère

Chaque office de tourisme disposera de son propre QR Code et du lien associé.

Il aura la charge de le diffuser auprès des touristes mais également des prestataires de son territoire.

Il devra relayer les éléments de communication que Lozère Tourisme fournira :

- Des chevalets de comptoir pour les bureaux des OTs et BIT, pour les réceptions des hôtels, des campings, des villages vacances...
- Des affiches format A5 pour les meublés, gîtes et chambres d'hôtes, prestataires d'activités, commerces...
- Des éléments de communication digitale : signature mail, post RS....



Grâce au QR Code par OT, nous pourrions suivre le volume de réponses selon les territoires et challenger les équipes afin d'obtenir le minimum requis pour avoir des résultats exploitables...

Plus il y aura de répondants par territoire, plus fine pourra être l'analyse des résultats.

Le suivi de collecte en Lozère

Le Département met en place un bonus de 500 € pour participer au suivi de l'enquête clientèle et de l'étude sur le poids socio-économique du tourisme en Lozère :

- en récoltant 150 enquêtes minimum pour les offices de tourisme ayant une fréquentation inférieure ou égale à 35 000 visiteurs ;
- en récoltant 250 enquêtes minimum pour les offices de tourisme ayant une fréquentation supérieure à 35 000 visiteurs ;
- en relayant l'enquête auprès des visiteurs de l'office mais également auprès des prestataires de leur territoire pour diffusion à leurs clients,
- en participant aux groupes de travail de suivi de ces deux études qui seront mis en place.

Les cibles identifiées

A prioriser en fonction des capacités de collecte du collectif :

Les locaux

Les excursionnistes

Les propriétaires de
résidences secondaires

Les touristes français

Les voyageurs
professionnels

Les touristes
internationaux

Les résultats à produire devront couvrir toute ou partie des pratiques des différentes cibles et permettre des **exploitations thématiques** par :

- origines des clientèles (occitans/non occitans, locaux/non locaux, étrangers)
- modes d'hébergement,
- types de groupe (familles, amis, couples, solos...)
- filières (activités pratiquées)
- territoires : région, univers de destination et départements, et territoires infra-départementaux
- modes de transport

Des **zooms spécifiques sur certaines cibles** pourront être souhaités afin de les analyser plus finement. Pour ce faire, des boosts d'échantillon peuvent être envisagés pour compléter les réponses collectées dans l'échantillon de base en faisant l'objet **d'une option à budgétiser**.

Le principe de mutualisation de ce projet

L'accord-cadre avec BVA Xsight prévoit :

- **Des prestations « socle » communes à tous les partenaires avec un budget commun**
 - Questionnaire identique
 - Dispositifs de collecte communs
 - 61 vacations-enquêteurs d'une demi-journée soit 30 journées enquêteurs à répartir entre les partenaires co-financeurs => estimation d'un socle de 1000 enquêtes par BVA
 - Livrables identiques
- **Des prestations optionnelles faisant l'objet de budgets complémentaires**
 - Questions spécifiques
 - Sur-échantillonnage / Boosts d'enquêtes réalisées par des enquêteurs BVA
 - Livrables et/ou analyses spécifiques

Le questionnaire : la liste des indicateurs communs

Les indicateurs dits « communs » constituent le questionnaire « socle » de l'enquête.

Les indicateurs :

- La ou les communes de séjour en Occitanie,
- La période de séjour, la durée de séjour,
- Les modes de transport pour venir sur le lieu de séjour et ceux utilisés une fois sur le lieu de séjour
- Le mode d'hébergement : marchand (hôtels, campings, locatif...) et non marchand (chez parents/amis, résidences secondaires),
- Les dépenses réalisées lors du séjour (détaillées par poste)
- Les caractéristiques sociodémographiques du répondant : sexe, âge et P.C.S.,
- La composition du groupe : taille, type de groupe et profil socio-démographique (âge des participants au séjour/ à la visite, le niveau de revenu du foyer)
- L'origine géographique des clientèles françaises (y compris les résidents en Occitanie) et des clientèles étrangères
- Le motif de séjour
- Les critères de choix de la destination de séjour
- Les activités pratiquées,
- La fidélité à la destination Occitanie et au territoire de séjour,
- La satisfaction générale, l'appréciation du séjour.
- L'image perçue de la destination de séjour
- L'image perçue de la destination Occitanie

• Les cibles et filières prioritaires :

- Habitants de la Région
- Propriétaires de résidences secondaires en Occitanie
- Visiteurs pour motif professionnel
- Jeunes
- APN
- Thermalisme
- Oenotourisme et Agritourisme
- Savoir-Faire

Les résultats à produire devront couvrir toute ou partie des pratiques des différentes cibles et permettre des exploitations thématiques par :

- **origines des clientèles** (occitans/non occitans, locaux/non locaux, étrangers)
 - modes d'hébergement,
 - **types de groupe** (familles, amis, couples, solos...)
 - **filières** (activités pratiquées)
 - **territoires** : région, univers de destination et départements, et territoires infra-départementaux
- ... **Sous réserve d'un nombre suffisant de réponses**

Le questionnaire : la liste des indicateurs communs



Compte tenu des enjeux prioritaires de tourisme durable et des travaux en cours au sein du CRTL Occitanie et des structures partenaires, une attention va être portée à l'intégration de questions sur cette thématique dans le socle du questionnaire, notamment :

- La sensibilité des clientèles au développement durable (impact sur les choix et les comportements),
- Des questions dans le but de disposer de données régionales et d'affiner les ratios utilisés dans le calculateur du BEGES, en collaboration avec les Observatoires d'autres Régions (Nouvelle Aquitaine, Normandie, Bourgogne Franche-Comté)
 - La mobilité (km parcourus/modalités) pour venir sur le lieu de séjour et sur place
 - La part des repas carnés /non carnés

Le rétroplanning



Décembre 2025 à mi-mars 2025

PREPARATION

- Questionnaire
- Plan d'échantillonnage
- Programmation questionnaire web et tests
- Partage des QR Codes/liens URL aux partenaires
- Mobilisation des partenaires et plans de communication

Mi-mars 2025 à mi-mars 2026

ENQUETE WEB (12 mois)

- ANIMATION DU DISPOSITIF
- COMMUNICATION 360°
- SUIVI DE LA COLLECTE

Mi-mars 2026 à fin juin 2026

TRAITEMENTS & ANALYSES

- Cleaning, traitements, redressements
- Analyses de données
- Rapports

A partir de juillet 2026

VALORISATION DES RESULTATS

Les partenaires et les contacts

LES PARTENAIRES



Agence de
Développement
Touristique



AVEYRON
ATTRACTIVITÉ
TOURISME



POUR
LES GOURMANDS
DE LIBERTÉ



TARN-ET-GARONNE
Tourisme
Sud-Ouest - Occitanie



LES CONTACTS

CRTL OCCITANIE

Séverine Sénac - Equipe Observatoire -
severine.senac@crtoccitanie.fr
observatoire@crtoccitanie.fr

CDT LOZERE

Sabine VIDAL
s.vidal@lozere-tourisme.com

Merci de votre attention et de votre implication tout au long de l'enquête

Agenda des OTs, les prochains rendez-vous...