

ENQUETE MUTUALISEE DES CLIENTELES TOURISTIQUES D'OCCITANIE

Présentation du dispositif - Perpignan - 20 mars 2025



Présentation générale du dispositif d'enquête



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 en ligne a démarré ce lundi 17 mars et se déroulera sur 12 mois.



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

* Suite à la consultation de juillet 2024



Une enquête menée avec l'appui de BVA XSight

BVA Xsight nous aide à définir et mettre en œuvre une **méthodologie 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, yc un boost de 300 enquêtes réalisées par BVA

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 personnalisable](#)
- OUTILS DE COLLECTE : Liens URLs/QR codes personnalisés
- [FICHE PROJET](#)
- VIDEO DE FORMATION (en cours de finalisation)

> UNE ENQUETE SOUTENUE PAR UN JEU-CONCOURS

Le CRTL Occitanie a mis en place un jeu-concours avec des lots d'une valeur totale de 7000 € dont une partie est co-financée par certains partenaires.

Le règlement du jeu-concours [est disponible via ce lien](#)



Pour faire de cette enquête un succès !



MOBILISER TOUS LES PARTENAIRES

- Compte-tenu de l'ambition du projet et des contraintes budgétaires, le dispositif mis en place se base sur un socle restreint d'enquêtes en face à face, de manière à consolider une base de répondants solides, **et sur la capacité des partenaires à animer les territoires pour collecter un maximum de réponses en ligne.**
- Le succès de cette étude repose en grande partie sur l'engagement et la capacité des partenaires, qu'il s'agisse d'OGD (ADT/CDT, OT, Parcs, ...), d'entreprises ou de filières, à animer et relayer l'enquête auprès de leurs visiteurs et via leurs fichiers clients.



L'objectif est de multiplier les points de rencontre (physiques ou virtuels) avec les visiteurs dans tous les territoires, en toutes saisons et selon différents types de consommations, pratiques de visites ou de séjours.

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 permet 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 peuvent 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 peut 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 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 une 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**.

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 vacances enquêteurs d'une demi-journée soit 30 journées enquêteurs qui vont être réparties entre les partenaires co-financeurs
=> estimation d'un socle global de 1000 enquêtes par BVA

Les dispositifs de collecte

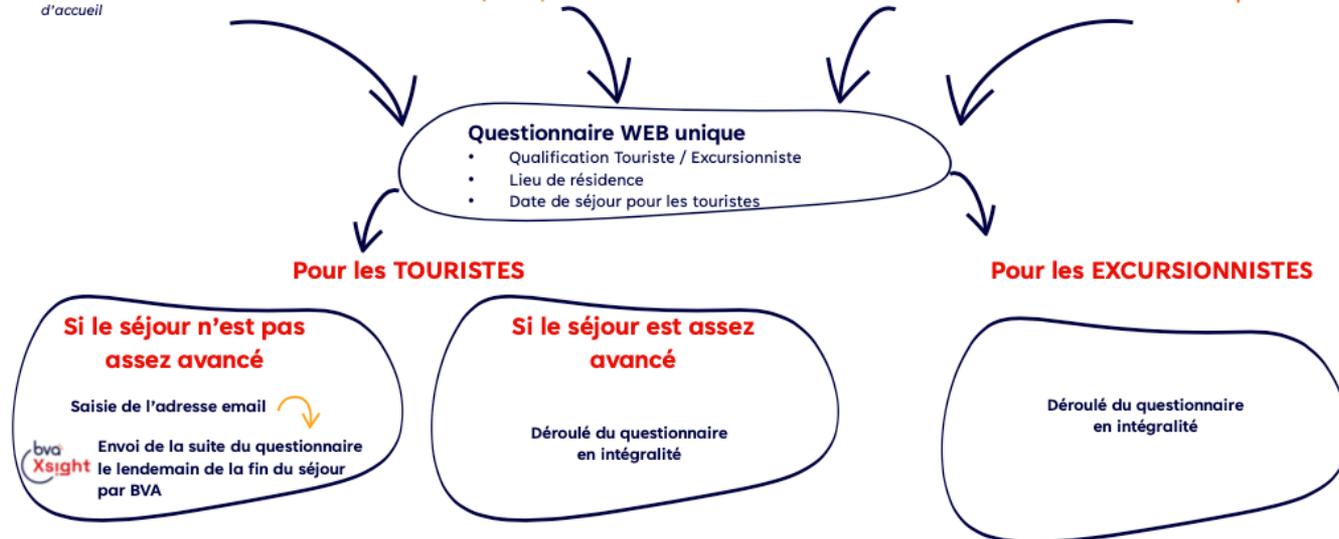
Le dispositif va permettre à chaque partenaire de contribuer à la collecte

Synoptique des modes de collectes



Tout est géré automatiquement pour le bon déroulement du questionnaire

- 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
- 3 Animation digitale / papier PARTENAIRES / CRTL
- 4 Enquête via shoot email auprès de base de contacts opt-in
- 5 Enquête auprès de la clientèle touristique administré par des enquêteurs BVA



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

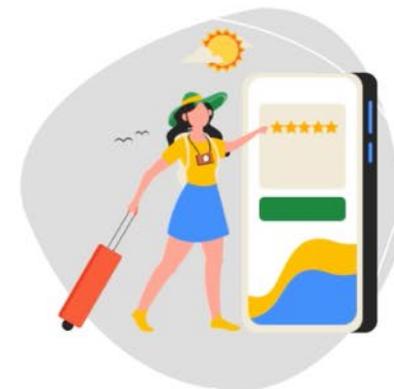
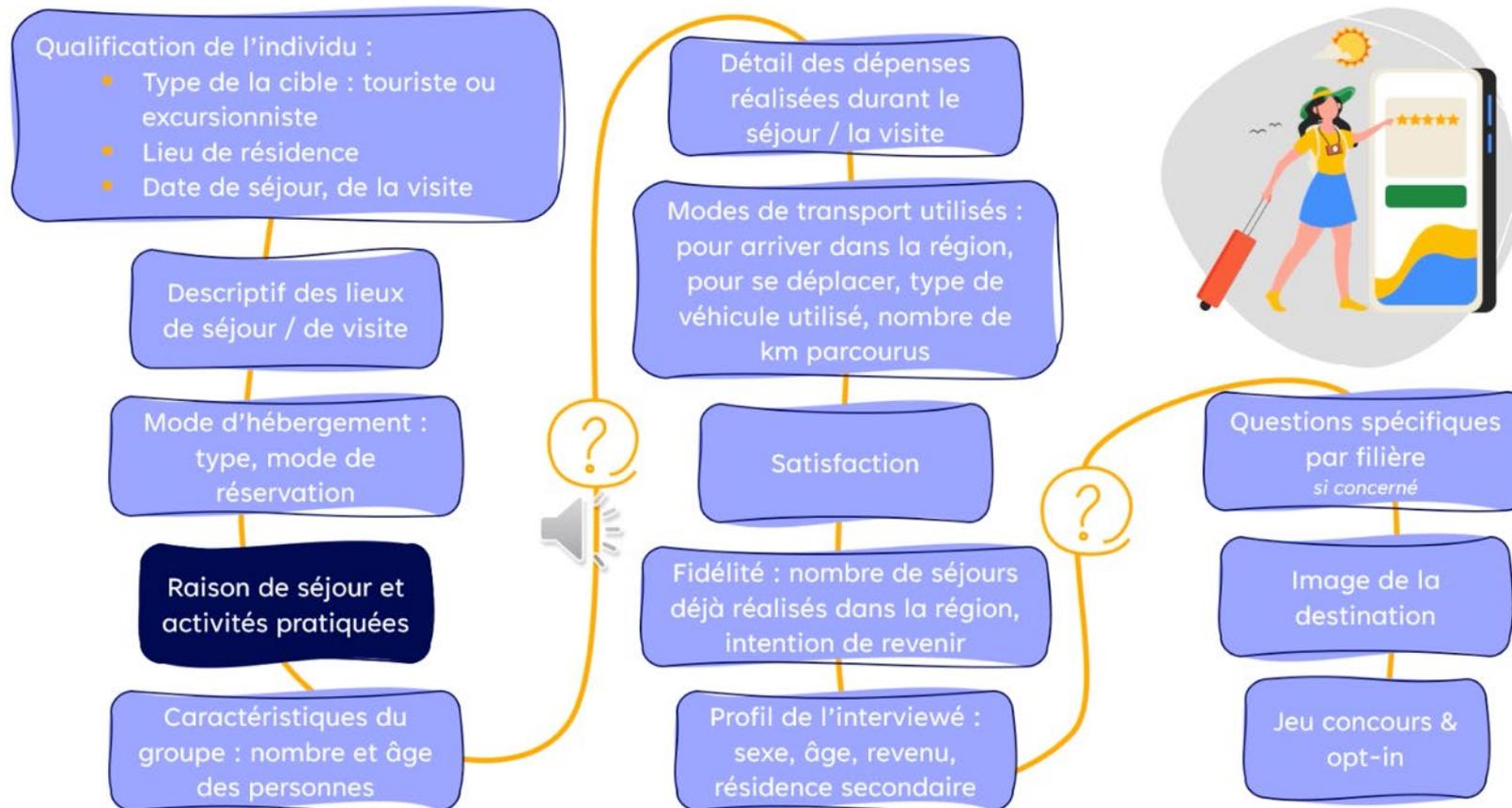
TRAITEMENTS & ANALYSES

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

A partir de juillet 2026

VALORISATION DES RESULTATS

LE QUESTIONNAIRE DANS LES GRANDES LIGNES



Le questionnaire : la liste des indicateurs communs

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 une 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 :

- 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
- Une question sur la sensibilité des clientèles concernant l'impact de leur séjour sur l'environnement : *Avez-vous fait quelque chose pour diminuer l'impact de votre séjour sur l'environnement ? ...*

Le questionnaire en ligne et le suivi de la collecte

Un questionnaire en ligne opérationnel depuis ce lundi 17 mars accessible à partir de liens url et QR Codes personnalisés

- Programmation réalisée par BVA XSight avec des filtres automatiques
- Responsive design
- Traduit en 7 langues : français, anglais, allemand, espagnol, catalan, italien, néerlandais
- Expérience « usager » optimisée en maîtrisant une durée de questionnaire de 8 minutes environ : pour ce faire certaines questions ne sont posées qu'une fois sur deux.
- Un outil de suivi de la collecte va être mis à notre disposition pour nous permettre de suivre en temps réel l'évolution du nombre de réponses et les impacts des différents canaux de communication.

4 - Quelle est la raison principale de votre séjour ?

Une seule réponse possible

Raisons personnelles

- Une cure thermique
- Vacances / Loisirs
- Un événement sportif
- Un événement culturel ou un festival (concerts, spectacles, etc...)
- Un séjour en limousine (à pied, à vélo, à cheval, en bateau)
- Visite à de la famille ou des amis
- Une étape sur la route de vos vacances

Autre motif personnel, précisez :

Raisons professionnelles

Raison professionnelle

59%

5 - Vous êtes venu(e)...

- Seul(e)
- En couple
- En famille
- En famille avec des amis
- Entre amis ou collègues
- Autre, précisez :

66%

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 sur site par des enquêteurs BVA
 - Livrables et/ou analyses spécifiques

Les partenaires co-financeurs et les contacts



ADT des Pyrénées-Orientales

Pierre Anglade

p.anglade@adt66.com

Amandine Bréa

amandine.brea@adt66.com

CRTL OCCITANIE

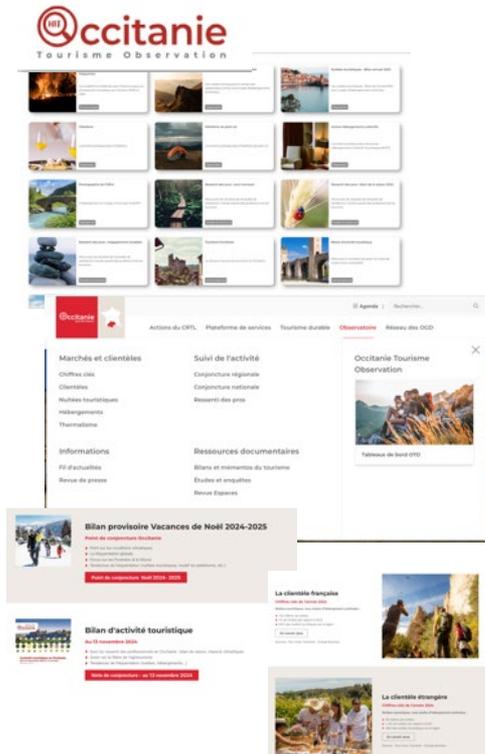
Séverine Sénac

severine.senac@crtoccitanie.fr

Antoine Chalut

observatoire@crtoccitanie.fr

Merci de votre attention



Destination
Occitanie
Comité Régional du Tourisme et des Loisirs



La page dédiée à l'enquête sur le site pro du CRTL :
<https://pro.tourisme-occitanie.com/veille-economique/suivi-de-l-activite/informations/enquete-mutualisee-de-clienteles/>

Pour tout complément d'information :
observatoire@crtoccitanie.fr

Pour suivre nos publications :
<https://pro.tourisme-occitanie.com/>

Occitanie Tourisme Observation (OTO) :
<https://outils.crtloccitanie.org/>

- » 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



- » Enquête auprès de la clientèle touristique **administrée** par du personnel recruté par les partenaires



- » Animation digitale / Edition papier **PARTENAIRES / CRTL**



- » Enquête via **shoot email** auprès de base de contacts opt-in



- » Enquête auprès de la clientèle touristique **administrée** par des enquêteurs BVA

