



# OBSERVAMETRIS MÉTHODOLOGIE

Le poids économique du tourisme à partir de la taxe de séjour -  
Nuitées marchandes - Nuitées non marchandes - Consommation  
territoriale - Emplois

**Votre contact : Félix LABONNE**  
EVALUAMETRIS & OBSERVAMETRIS  
**NOUVEAUX TERRITOIRES**  
06 74 37 37 17  
04 84 25 56 57  
[flabonne@nouveauxterritoires.fr](mailto:flabonne@nouveauxterritoires.fr)

Quel est le poids économique du tourisme sur le territoire ? Comment se décompose-t-il ? Quel est la place du tourisme dans les emplois de votre territoire ?

Nouveaux  
> Territoires

“

L'approche de la consommation touristique du territoire et du nombre d'emplois associés, est une donnée déterminante de la gouvernance territoriale.

Comment, sans cette donnée, estimer la performance des politiques menées en termes d'équipements ou de promotion ?

Comment, sans cette donnée, mesurer l'efficacité des événements soutenus par le territoire ?\*

Comment, sans cette donnée, identifier la contribution effective de l'Office du Tourisme, soutenu par la force publique ?

Comment sans cette donnée, corriger nos efforts ?

”

**Créateur d'EVALUAMETRIS** les outils, méthodes et techniques de mesures de l'utilité territoriale des politiques touristiques.  
Ces outillages sont utilisés par plus de 350 structures du tourisme territorial (CRT CDT OT et AF) pour préparer des changements, améliorer et piloter des stratégies sur des bases objectives de leur efficacité.

**CoCréateur en partenariat avec ADN TOURISME de Pilot-Evaluametrils** la plateforme qui rend compte des ISEC (Indicateurs SocioEconomiqes Clefs) et des ITT (Indice de touristicité Territoriale) politiques touristiques. Animation de la filière

**Créateur d'OBSERVAMETRIS** les outils d'observation des territoires touristiques, & le baromètre permanent du poids économique & social du tourisme.

**Intervenant à la Sorbonne Paris 4 :**  
Master 2 - « Culture & Tourisme - Le Management et l'évaluation des politiques territoriales ».

**Fondateur du groupe de Recherche Sociométris avec le CNRS et le laboratoire de THEMA** sur l'empreinte sociale des structures sur leur territoire.

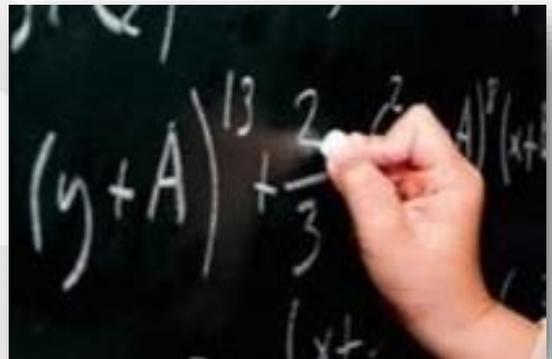


Félix LABONNE  
Chef du projet  
Diplômé de L'Ecole Supérieure  
de Gestion de Paris  
Expertise Marketing &  
Management

## CONSTRUCTION DU MODELE D'ANALYSE

La consommation touristique est constituée des éléments suivants :

1. la consommation des tourists hébergés en secteur marchand sur le territoire.
2. La consommation des touristes hébergés en secteur non marchand sur le territoire.
3. Le solde excursion incursion : la consommation des touristes en excursion sur le territoire duquel on a déduit l'évasion de la consommation des touristes hébergés en excursion hors du territoire.



# 1 Nous observons le poids du marchand à partir de la taxe de séjour

## OBSERVAMETRIS INITIAL

- l’algorithme Observamétris© calcule les taux d’occupation et de taux de remplissage médians, moyens et barycentres
- Les **invisibles** (non inclus dans la liste de départ, identifiés par ailleurs, annuaire, recherche internet etc..) sont redressés sur ces bases.
- les **non déclarants** (absence de déclaration sans justification) sont redressés sur ces bases.
- Les **sous-déclarants** (déclarations manifestement « aberrantes » en termes de réalité « probables ») sont redressés sur ces bases.
- L’algorithme calcule la « borne » par période, par nature d’hébergement, et par catégorie, à partir du taux de variation à la moyenne (rapport entre l’écart type et l’espérance) ; les valeurs anormalement éloignées de la moyenne sont ainsi identifiées ; ce sont ces valeurs qui sont ramenées à la valeur médiane de référence.
- **L’ensemble de ces corrections permet d’approcher le nombre de nuitées consommées à partir du nombre de nuitées déclarée. Les corrections peuvent aller jusqu’à plus de 50% des nuitées ;**
- *Accessoirement cette analyse permet également d’identifier des éléments d’évaporation fiscale, et de chiffrer cette évaporation fiscale.*

# 2 Le poids du non-marchand

- Il est calculé :  
Soit à partir d’échantillons des personnes présentes sur le territoire avec des enquêtes terrain ; (**OBSERVAMETRIS TOURIT**)
- Soit à partir des datas fournis par FluxVisio en conversion automatique

## OBSERVAMETRIS fluxvision

<b>OBSERVAMETRIS TOURIT</b>	<b>OBSERVAMETRIS fluxvision</b>
<p>Des enquêtes de terrain sont produites :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sur le terrain, avec un partenariat avec l’université locale ou l’école</li> <li>• En plaçant une invitation à répondre sur le wifi territorial</li> <li>• En organisant des partenariats avec les sites touristiques &amp; les hébergements</li> </ul> <p>Les questions posées portent entre autres, sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Excursionniste</li> <li>• Hébergés : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nature de l’hébergement</li> <li>○ Marchand / non marchand</li> </ul> </li> </ul> <p>Comme la première base de redressement est la taxe de séjour, le calcul du non marchand s’effectue simple règle de proportionnalité.</p>	<p>Le contrat FluxVision permet d’obtenir les grands Volumes des nuitées.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fluxvision nous donne donc le nombre de nuitées totale.</li> <li>• Nous en retirons le nombre de nuitées marchandes redressées (marchandes consommées et non déclarées)</li> <li>• Nous obtenons donc les nuitées non marchandes.</li> </ul>

### 3 La place de l'incursion

À nouveau l'incursion pourra être obtenu avec Observamétristourist ou ObservamétrisFluxVision

#### **OBSERVAMETRISTOURIST**

- OBSERVAMETRISTourist, l'interrogation directe donc des touristes permet de repérer la ventilation entre marchand, non marchand, excursion, et évasion.

#### **OBSERVAMETRISFLUXVISION**

- Par le suivi des puces, les excursionnistes non pendulaires (travail) sont isolés.

### 4 LA QUALIFICATION DU FLUX - QUALIFICATION DE LA CONSOMMATION

Pour qualification des flux identifiés, seul **OBSERVAMETRISTOURIST** vous fournit l'information :

- Profil des touristes (âge / taille du ménage / origine pays région ville département)
- Profil en Sociotype (Affaires / Agrément : Renouage - Découverte - Monoactif - Farniente - Recentrage)
- Satisfaction de la consommation
- Jugement de la touristification (mise en tourisme du territoire & capacité à sublimer la consommation du territoire à partir de son identitaire)

### 5 La valorisation en emplois

- Les comptes satellites du tourisme nous donnent des ratios clefs
- 3 ratios servent à approcher le nombre d'emplois sur le territoire :
  - Le ratio CA/EMPLOI SALARIE
  - Le ratio taille des entreprises du secteur pour les emplois indépendants
  - Le ratio des emplois indirects par emplois directs

Nous approchons ainsi le nombre d'emplois soutenus par la filière.

- Emplois salariés directs
- Emplois non-salariés directs
- Emplois indirects

### 6 Systématisation et la démarche et mise en place de la plate-forme

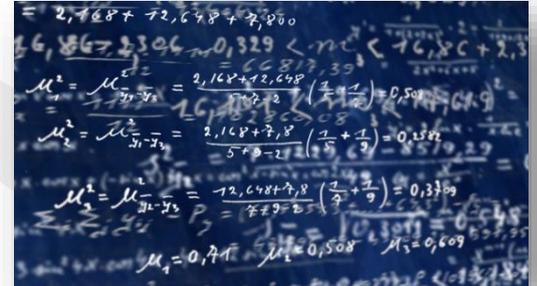
#### **OBSERVAMETRISCALCUL**

- **OBSERVAMETRISCALC**
  - La plate-forme permet de systématiser les calculs et de disposer de l'automatique des calculs.

## L'ALGORITHME OBSERVAMETRIS CALCULE VOTRE VOLUME DE NUITÉES MARCHANDES

L'algorithme Observamétris permet d'approcher, à partir des données brutes de la taxe de séjour, le nombre de nuitées réelles sur le territoire.

L'algorithme produit 2 types d'opérations : Il calcule le nombre de nuitées manquantes (non déclarées) à partir des déclarations et des taux moyens (médians) de la catégorie d'hébergement observée et de la période concernée. L'algorithme redresse les sous déclarations en identifiant le nombre de nuitées « oubliées », à partir de la moyenne (plus exactement médianes et quartiles) des taux moyens d'occupation et des taux moyens de remplissage, tenant compte des spécificités des hébergements et des territoires. Ces éléments sont calculés à partir des big data détenus par les bases de données de nouveaux Territoires. Cet algorithme permet concrètement d'approcher le nombre de nuitées marchandes sur le territoire mais aussi d'isoler nominativement les établissements présentant des valeurs dites aberrantes.



$$\mu^2 = \mu_{\frac{y_1}{y_2}} = \frac{2,168 + 12,648}{2+2} \left( \frac{2}{2} + \frac{1}{2} \right) = 0,508$$

$$\mu^2 = \mu_{\frac{y_1}{y_2}} = \frac{2,168 + 7,8}{5+5-2} \left( \frac{2}{5} + \frac{1}{5} \right) = 0,2582$$

$$\mu^2 = \mu_{\frac{y_1}{y_2}} = \frac{12,648 + 7,8}{5+5-2} \left( \frac{2}{5} + \frac{1}{5} \right) = 0,3709$$

$$\mu_1 = 0,711 \quad \mu_2 = 0,508 \quad \mu_3 = 0,609$$

## OBSERVAMETRISTOURIST IDENTIFIE LE SECTEUR NON MARCHAND

Pour le secteur non marchand, à partir des données obtenus à par des enquêtes terrain (partenariat étudiant, qr code, mobilisation des partenaires, wifi territorial), nous stabilisons la part de consommation des nuitées marchandes non marchandes ; nous stabilisons l'évasion de consommation qui est la part des journées consommées ailleurs que sur le territoire étudié par les touristes qui y sont hébergés. Et nous établissons la part de la consommation en incursion c'est-à-dire la part des excursionnistes en situation de consommation touristique sur le territoire de référence.



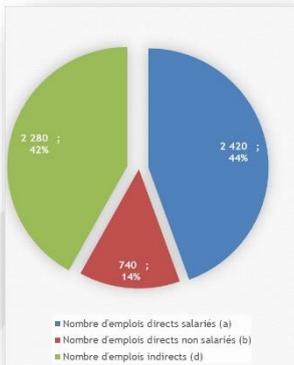
## OBSERVAMETRIS REND COMPTE DE LA CONSOMMATION ECONOMIQUE INJECTEE PAR LES TOURISTES

En fonction de l'hébergement, Observamétris adosse à chaque journée consommée sur le territoire une valeur de consommation.

Cette valeur est retenue après analyse des sources disponibles (en général CRT ; CDT Territoire ; ODIT). Les critères pour choisir la source sont la récence - la méthodologie de constitution - la longueur des échantillons et séries - la cohérence avec les données existantes reconnues.



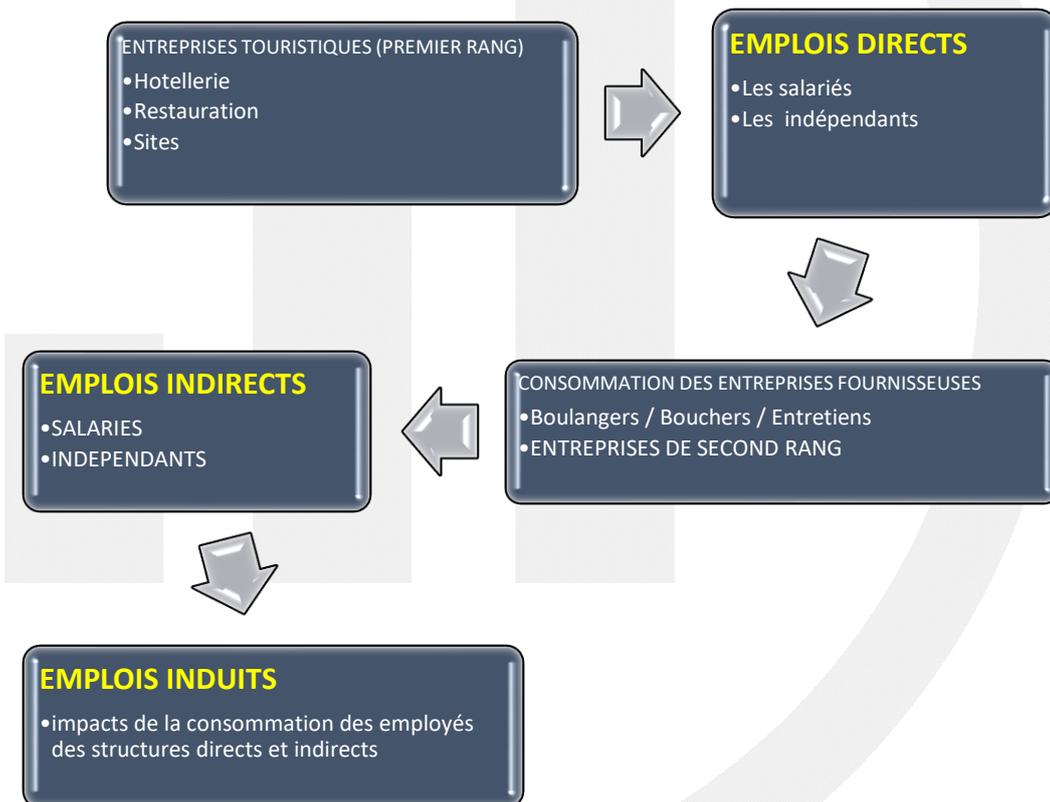
## OBSERVAMETRIS REND COMPTE DES EMPLOIS LIES AU TOURISME



L'activité économique est traduite en termes d'emplois par OBSERVAMETRIS. Cette traduction est effectués à partir des comptes satellites du tourisme qui chaque année propose des ratios importants tels que chiffre d'affaires tourisme par emplois, et le nombre d'emplois salariés pour un non salariés ; ou l'actualisation du taux entre emplois tourisme directs pour tourisme indirects.



Nous appliquons ces éléments, les corrigeons des indices de disparités locales publiés chaque année et obtenons ainsi la réalité des emplois sur un territoire donné.



**Votre contact : Félix LABONNE**  
**EVALUAMETRIS & OBSERVAMETRIS**  
**NOUVEAUX TERRITOIRES**  
 06 74 37 37 17  
 04 84 25 56 57  
[flabonne@nouveauxterritoires.fr](mailto:flabonne@nouveauxterritoires.fr)

## Grille tarifaire

CHIFFRAGE - VISION D'ENSEMBLE		OBSERVAMETRISINITIAL	OBSERVAMETRISFLUXVISION	OBSERVAMETRISTOURIST
1	NOMBRE DE JOURNEES CONSOMMEES MARCHANDES	Ensemble des nuitées du secteur marchand rappelons que la location de meublés est bien dans ce secteur	●●●●● À PARTIR DE LA TAXE DE SEJOUR	
2	NOMBRE DE JOURNEES CONSOMMEES NON-MARCHANDES	Chez les amis - dans la famille - en résidence secondaire - en résidence secondaire des amis - en résidence secondaire des familles	●●○○○ PAR RATIO	●●●●● Nous récupérons les données FluxVision (circulation des téléphone et redressement sur leur parts de marchés) tous les mois et l'intégrons dans la matrice de calcul ObservametrisTourist.
3	VALEUR DE L'EVASION DE LA CONSOMMATION	Les touristes hébergés sur votre secteur peuvent consommer hors du territoire. (Hébergés à Clermont Ferrand - allant consommer à Lyon (Evasion de consommation pour Clermont)	●●●●●	●●●●● OBSERVATION DES TOURISTES (profils - satisfaction - attentes -comportements - itinérance)
4	VALEUR DE L'EXCURSIONNISME	Les touristes hébergés sur votre secteur peuvent consommer hors du territoire. (Hébergés à Clermont Ferrand - allant consommer à Lyon (excursion de consommation positive pour LYON)	●●●●●	●●●●● ENQUETES COPRODUITES TOUT AU LONG DE L'ANNEE :
5 - 9	PROFILS - SATISFACTION - IMAGE - ATTENTE - JUGEMENT DE LA TOURSITIFICATION - COMPORTEMENT D'ACHAT			●●●●● LE CABINET : MET EN PLACE LE QUESTIONNAIRE LE MANAGEMENT DES EQUIPE LE DEPOUILLEMENT LA PRODUCTION DES RESULTATS LA MOBILISATION DES PARTENAIRES
10	NOMBRE D'EMPLOIS SALARIES / DIRECTS / INDIRECTS	Rappel : emplois directs (salariés + non-salariés) des entreprises dites de premier rang. Emplois indirects (emplois des sous-traitants ; entreprises de second rang)	●●○○○ PAR RATIO	●●●●● L'OFFICE MET À DISPOSITION LES ENQUETEURS
11	PLACE DE L'EMPLOI SUR LE TERRITOIRE EN %	Emplois touristiques / Emplois totaux de la zone.	●●○○○ INSEE & OBSERVAMETRIS	
	VALEUR HT		1 990,00	1200,00
	Remarque		Engagement annuel	Engagement sur 3 ans
		Une approche générale utile & la base pour suivre le socle de calcul du poids économiques.	Avec : • ObservamétrisInitial (1990 HT) • & votre contrat avec FluxVision (1500 pour la bourgogne Franche Comté)  Vous avez une photographie précise et rigoureuse de votre poids économique & social.	Avec : • ObservamétrisInitial (1990 HT)  Vous avez une photographie précise et rigoureuse de votre poids économique & social. Le Plus : PROFILS - SATISFACTION - IMAGE - ATTENTE - JUGEMENT DE LA TOURSITIFICATION - COMPORTEMENT D'ACHAT

Vous disposez de 2 options supplémentaires :

- **Baromètre permanent mensuel et automatique sur plateforme sas ; automatisation du protocole** 800 HT
- **Restitution des résultats à vos élus ou partenaires & contribution à l'animation du g3tp (groupe de travail territorial touristique et permanent)** 1200 HT