

# **ACTIONS TOURISME 2020**

## **AGENCE DE DÉVELOPPEMENT DES HAUTES-ALPES**

---

**FEUILLE DE ROUTE : CONFORTER NOS PARTS DE MARCHÉ EN TOUTES SAISONS, MONTER EN QUALITÉ ET INTERNATIONALISER LES CLIENTÈLES**

- Poursuivre notre action
- Capitaliser sur les grands événements 2020
- Mieux promouvoir l'itinérance (Route des Grandes Alpes, Route Napoléon, Grandes Traversées), inciter les séjournants à prolonger leurs séjours (J +1)

**BUDGET ACTIONS : 1 540 K€**



# FEUILLE DE ROUTE TOURISME

## [ CHIFFRES CLÉS ]



**388 000**

LITS TOURISTIQUES

**22,7 MILLIONS**

DE NUITÉES

**46%**

ÉTÉ

**38%**

HIVER

16% PRINTEMPS / AUTOMNE



**1,23 MILLIARD D'€**

DE CONSOMMATION  
TOURISTIQUE

(DONT 2/3 PORTÉS PAR LES STATIONS)



**35%**

DE LA RICHESSE LOCALE

15 000 EMPLOIS

## [ ATOUTS ]



### GRANDS SITES DES HAUTES-ALPES

- 27 stations de ski
- Gap
- Briançon - Mont-Dauphin (UNESCO)
- Lac de Serre-Ponçon - Durance
- Vallouise - Valgaudemar - La Meije (Alpinisme)
- Parcs naturels (Écrins, Queyras, Baronnies Provençales)
- Tallard (Aérodromes)
- Notre-Dame du Laus - Boscodon
- Route des Grandes Alpes (Grands Cols)
- Route Napoléon

## [ PROSPECTIVES ]



**CONFORTER**

NOS PARTS DE  
MARCHÉ  
EN TOUTES SAISONS

**MONTER**

EN GAMME ET  
EN COMPÉTENCES

**INTERNATIONALISER**

NOS CLIENTÈLES

# PARTIS PRIS

## Porter un discours et un projet collectif sur l'urgence écologique

### HAUTES-ALPES, SENTINELLE DE NATURE

- Travaux d'experts, outils, expériences et témoignages des acteurs haut-alpins, un état des lieux et une vision commune, des supports (publications dédiées, conférences, voyage de presse, etc.).

HAUTES ALPES

“ NATURE ET ÉCONOMIE RÉCONCILIÉES ”




BRINGING NATURE AND ECONOMY TOGETHER  
The limited human impact and reasonable controlled development of this territory may well represent a model in the making, a new balance between the environment and its inhabitants for an economy that is, to some extent, reconciled with nature.

Avec une pression humaine  
raisonnable et maîtrisée, ce  
territoire représente peut-  
être un modèle en gestation  
d'une nouvelle alliance entre  
environnement et habitants,  
vers une économie quelque peu  
réconciliée avec la nature.

© purealpes

© purealpes

PARTIS PRIS

CAPITALISER SUR LES GRANDS ÉVÉNEMENTS 2020

- une année riche en événements d'envergure nationale et internationale
- une visibilité incomparable auprès de clientèles expertes sur nos filières prioritaires

HAUTES ALPES

### Agenda

**[ NOVEMBRE - DÉCEMBRE ]**

**Du 20 au 23 novembre | GAP**  
1<sup>ère</sup> Rencontres de la cinématèque de montagne

**Du 7 au 24 décembre | GAP**  
Marché de Noël

**14 et 15 décembre | DÉVOLUY**  
4<sup>ème</sup> Rallye automobile hivernal

**14 décembre | VARS**  
12<sup>ème</sup> Vars en scène

**Du 14 décembre au 5 janvier | SERRES**  
12<sup>ème</sup> Chemin des crèches

**21 décembre | ANCELLE**  
Tribu Adventure Winter Edition

**Du 21 décembre au 29 mars**  
PELVOUX-YALLOUZE  
7<sup>ème</sup> édition du village Igloo Pelvoo

**23 décembre | RISOUIL**  
50 ans de Risoul

**[ JANVIER ]**

**5 janvier | VARS**  
Vars Winter Trail

**Du 9 au 12 janvier**  
PAYS DES ECRINS  
Ice Climbing 2020 (30<sup>ème</sup> édition de l'ice Climbing Ecrins Festival)

**Du 10 au 12 janvier**  
PUY-SAINT-VINCENT  
Championnat d'Europe de Snowboardcross

**12 janvier | CLARÉE**  
Trail blanc de la Clarée

**Du 15 au 19 janvier | VARS**  
Outdoormix Winter Festival

**Du 18 janvier au 1<sup>er</sup> février**  
SERRE CHEVALIER ET BRIANÇON  
Festival Altitude jazz

**18 et 19 janvier**  
SERRE CHEVALIER  
Trophée Andros

**18 et 19 janvier**  
SERRE CHEVALIER  
Snow Trail

**19 janvier | QUEYRAS**  
29<sup>ème</sup> Traversée du Queyras en ski de fond

**Du 20 au 26 janvier**  
ORCIÈRES MERLETTE 1850  
Coupe d'Europe de ski

**Du 23 au 26 janvier**  
88<sup>ème</sup> Rallye Monte Carlo

**25 et 26 janvier**  
LA CHAPELLE EN VALGAUDEMAR  
Valgaude Traileau (Coupe de France de chiens de traîneaux)

**Du 25 janvier au 1<sup>er</sup> février**  
LES ORRES  
Festival de ski Snowattack

**[ FÉVRIER ]**

**1<sup>er</sup> février | BAYARD**  
Gap-Bayard au féminin

**1<sup>er</sup> février**  
ORCIÈRES MERLETTE 1850  
Pop Song Live

**1<sup>er</sup> et 2 février | VARS**  
Coupe du monde de ski de vitesse

**2 février | MONTGENÈVRE**  
Snowrace

**Du 18 au 20 février | LES ORRES**  
Festival Rirozor

**Du 22 février au 1<sup>er</sup> mars**  
PARIS  
Salon International de l'Agriculture

**29 février | DÉVOLUY**  
Les 50 minutes de La loue du Loup (course de ski alpinisme)

**[ MARS ]**

**1<sup>er</sup> mars | DÉVOLUY**  
La Traversée du Dévoluy (course de ski de fond)

**7 mars | VARS**  
Championnat de France Jeunes de ski de vitesse

**14 mars | SERRE CHEVALIER**  
Grand Prix de Serre Chevalier

**15 mars | CRÉVOUX**  
La Coraline Hugue (course de ski de fond)

**Du 16 mars au 5 avril | VARS**  
Speed Masters

**19 mars**  
ORCIÈRES MERLETTE 1850  
2<sup>ème</sup> Ski Games

**Du 30 mars au 3 avril | LA GRAVE**  
32<sup>ème</sup> Derby de La Meije

**mars | SERRE CHEVALIER**  
Trophée de Serre Chevalier

**mars | LES ORRES**  
Red Bull Tout Schuss

**mars | RÉALLON**  
Trail des neiges en nocturne

**[ AVRIL ]**

**5 avril**  
ORCIÈRES MERLETTE 1850  
Color Ski

**10 avril | DÉVOLUY**  
12<sup>ème</sup> édition du Speed Shear tonte de moutons

**11 et 12 avril | VARS**  
Gites and Mix

**avril | RISOUIL**  
Risoul Dévale

**avril | VARS**  
70<sup>ème</sup> Challenge des monteurs ESF

**avril | LA GRAVE**  
Meidjo Télémark

**avril | RISOUIL**  
Festival du rire

**avril | MONTGENÈVRE**  
Course de la 1 000 Pattes

**Tout l'hiver,**  
Festival des Arts de rues  
"Les Givrés de la Rue"

**TOUR de France™**

**WRC**  
FIA WORLD RALLY CHAMPIONSHIP

**MEETING AÉRIEN**  
AÉRODROME GAP-TALLARD  
HAUTES-ALPES

**TOUR VOILE**

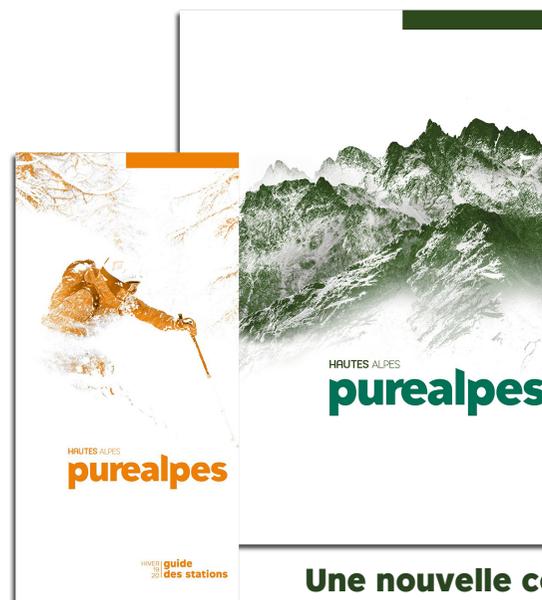
## PARTIS PRIS

### POURSUIVRE NOTRE ACTION

---

L'essentiel des actions conduites ( en particulier à l'international ) le sont dans le cadre de la marque Alpes en lien avec la Région et le Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Cote d'Azur.

Sont présentées dans ce document les opérations de l'automne et de l'hiver, les opérations printemps et été étant en cours de finalisation.



**Une nouvelle collection d'éditions  
en Français en Anglais**

**HAUTES  
ALPES**

# MARCHÉS, CIBLES ET FILIÈRES PRIORITAIRES

## CIBLES PRIORITAIRES

La montagne comme dénominateur commun :

- tous ceux qui «consomment» la montagne en valorisant les filières emblématiques du territoire qu'il s'agisse des touristes, des entrepreneurs ou des investisseurs. B to B • B to C

## FILIÈRES PRIORITAIRES



**Neige / ski**



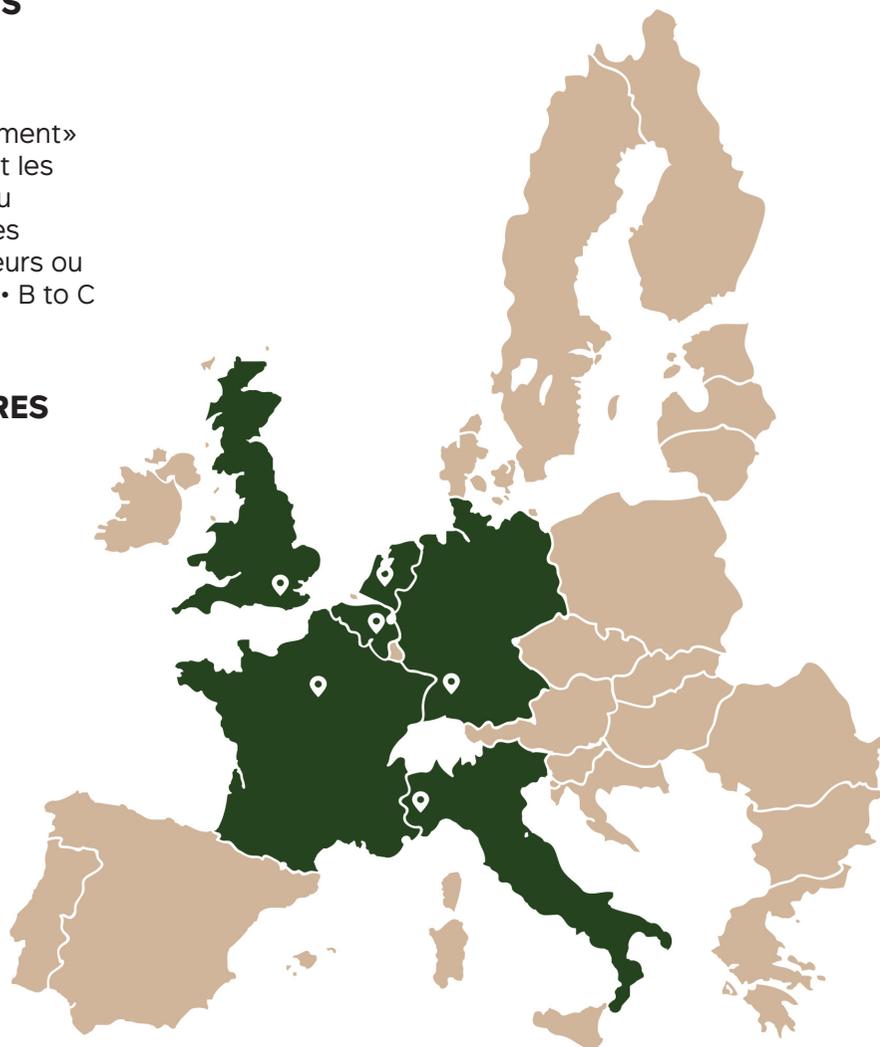
**Pleine nature**

- Nautisme
- Eaux vives
- Alpinisme - escalade
- Loisir aérien



**Itinérance**

- Vélo
- Rando
- Moto



## PACK PROMO



**SALONS & ÉVÉNEMENTIELS**



**CAMPAGNES MÉDIAS**



**DIGITAL & CRM**



**RELATIONS PRESSE**





**CONFORTER**

NOS PARTS DE  
MARCHÉ  
EN TOUTES SAISONS

**MARCHÉ FRANCE**



**NEIGE / SKI**



**B to B  
B to C**

**PACK PROMO**



**SALONS  
& ÉVÉNEMENTIELS**



**CAMPAGNES  
MÉDIAS**



**DIGITAL & CRM**



**RELATIONS  
PRESSE**

- Privatisation d'un espace pour une opération de relations publiques et démarchage professionnel (TO, agences de voyage, CE, autocaristes, etc.) à Paris (17 septembre)
- Salon des CE Lille 10-11 septembre 2019
- Salon des CE Montpellier 19-20 septembre 2019
- Salon des CE Paris 1-4 octobre 2019
- Salon des CE Marseille 10-11 octobre 2019
- Salon du Trail Millau 17-20 octobre 2019
- J'aime ma station Gap 9 novembre 2019
- Tout Shuss Days Aix-en-Provence 16-17 novembre 2019
- Soirée des propriétaires 28 novembre 2019
- Salon Nautic Paris 7-15 décembre 2019
- Grand Ski Chambéry 21-22 janvier 2020
- Salon Mice Place Med 3-4 février 2020
- Rendez-vous en France Nantes 19-20 mars 2020
- Salon des CE Rennes 25-26 mars 2020
- Workshop CE Aix automne 2020
- Campagnes digitales (Cojecom) sur des sites affinitaires
- Campagnes cross media L'Équipe / France 3 / Veepee / Application Météo France
- Hautes-alpes.net en français
- Animation base de données de 200 000 contacts
- Newsletters
- Workshop influenceurs Paris
- Animation de réseaux sociaux : campagne de recrutement, rédaction et traduction d'articles de blog / filière, landing pages pour des campagnes de promotion ciblées, identification et accueil d'influenceurs
- Voyage de presse sur le thème «Hautes-Alpes, sentinelle du climat»
- Workshop presse Paris
- Séminaire attachés de presse Embrun 29 octobre 2019
- Workshop presse Marseille 28 novembre 2019
- Dossiers et communiqués de presse, accueil de journalistes
- Soutien aux grands événements sportifs et culturels



**MARCHÉ FRANCE**

**TEMPS FORTS**



**LANCEMENT DE SAISON • PARIS  
MARDI 17 SEPTEMBRE 2019**



**WORKSHOP & SÉMINAIRE PRESSE-INFLUENCEURS**

Temps de rencontres et d'échanges avec les journalistes et blogueurs influents afin de préparer le lancement de la saison d'hiver 2019-2020.

Journée workshop suivi d'un afterwork convivial jusqu'à 22h.

**RENCONTRE DES PRODUCTEURS DE FILM**

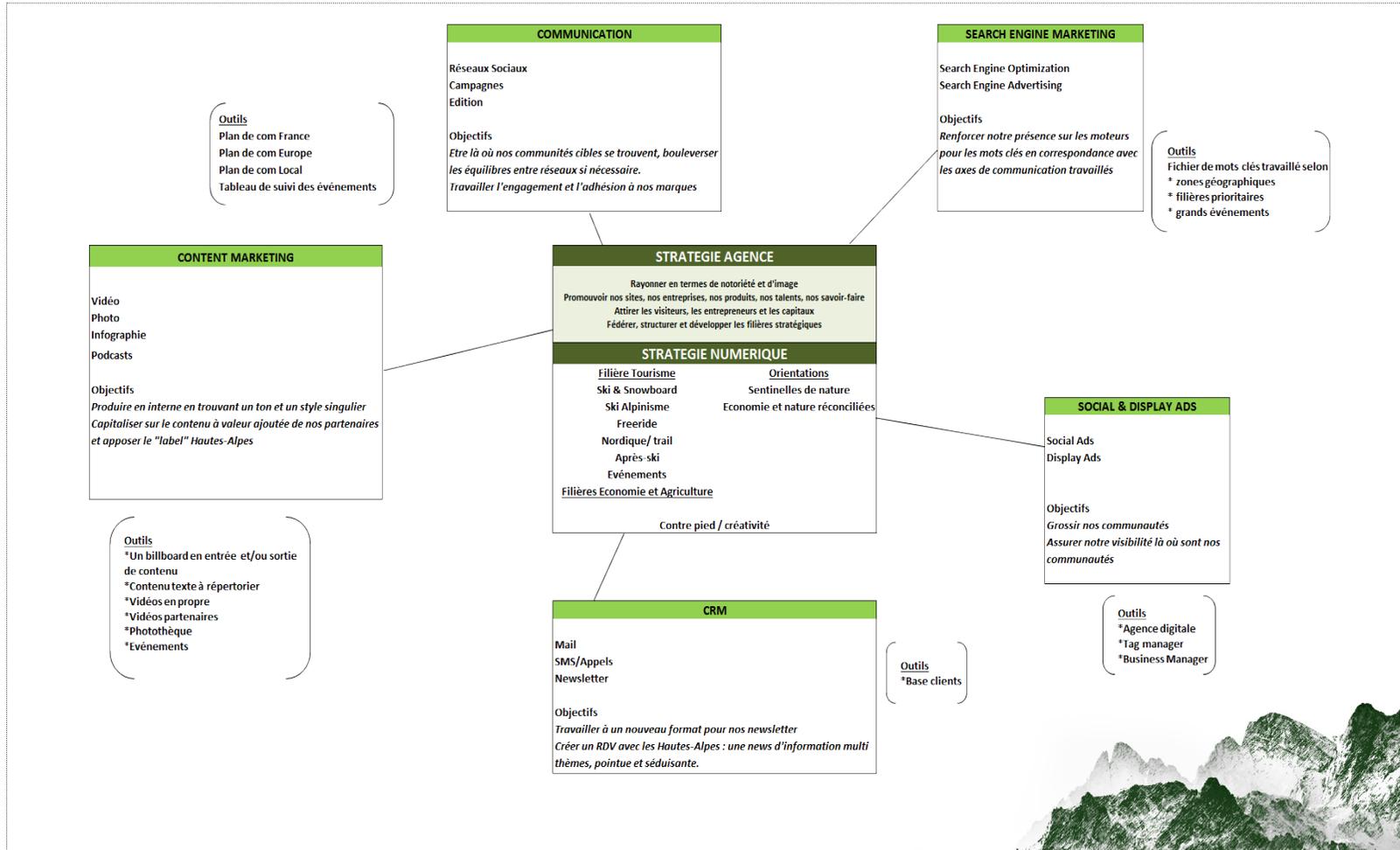
Présentation du territoire haut-alpin aux producteurs de cinéma par le Bureau d'Accueil des Tournages.



MARCHÉ FRANCE

TEMPS FORTS

NOUVEAU DISPOSITIF NUMÉRIQUE





# **INTERNATIONALISER**

## NOS CLIENTÈLES

---

# MARCHÉS ÉTRANGERS



**NEIGE / SKI**



**B to B  
B to C**

## PACK PROMO



**SALONS  
& ÉVÉNEMENTIELS**

- Privatisation d'un espace pour une opération de relations publiques et démarchage professionnel (TO, agences de voyage, CE, autocaristes, etc.) à Bruxelles (3 octobre) et Milan (13 novembre)
- Workshop Ski & Montagnes Israël 16-17 septembre 2019
- London Ski & Snowboard Show The Telegraph 24-27 octobre 2019
- Vakantiebeurs Utrecht 16-19 janvier 2020
- Grand Ski Chambéry 21-22 janvier 2020
- Rendez-vous en France Nantes 24-25 mars 2020



**CAMPAGNES  
MÉDIAS**

- Partenariat Montagne en scène : Tournées en Suisse, Allemagne, Autriche, Royaume-Uni, Irlande, Benelux, Italie, Espagne, Scandinavie, Pologne, République Tchèque, Slovaquie,
- Campagnes digitales en lien avec le CRT sur des sites affinitaires
- Campagnes web UK et Belgique (1+1+1) avec Webedia / Atout France / CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur



**DIGITAL & CRM**

- Hautes-alpes.net en anglais, italien et néerlandais
- Animation base de données de 200 000 contacts
- Newsletters
- Workshop influenceurs Bruxelles 3 octobre 2019
- Animation de réseaux sociaux : campagne de recrutement, rédaction et traduction d'articles de blog / filière, landing pages pour des campagnes de promotion ciblées, identification et accueil d'influenceurs



**RELATIONS  
PRESSE**

- Workshop presse Bruxelles 3 octobre 2019
- Workshop presse Amsterdam 13 février 2020
- Workshop presse Londres 3 mars 2020
- Dossiers et communiqués de presse, accueil de journalistes
- Focus sur les marchés belge, anglais et italien avec les bureaux d'Atout France et le CRT PACA



# MARCHÉS ÉTRANGERS

## TEMPS FORTS



**LANCEMENT DE SAISON • BRUXELLES**  
**JEUDI 3 OCTOBRE 2019**



### **WORKSHOP & SÉMINAIRE PRESSE-INFLUENCEURS**

Temps de rencontres et d'échanges avec les journalistes et blogueurs influents afin de préparer le lancement de la saison d'hiver 2019-2020.  
 Journée workshop suivi d'un afterwork festif jusqu'à minuit.

### **WORKSHOP PROFESSIONNEL**

Une opération professionnelle (TO, agence de voyages, autocaristes) pour stimuler les séjours touristiques de la clientèle Belge dans nos Alpes.



HAUTES  
ALPES



# MARCHÉS ÉTRANGERS

## TEMPS FORTS



### GRAND SKI • CHAMBÉRY

**21-22 JANVIER 2020**

Rendez-vous des professionnels du tourisme de la montagne et des sports d'hiver. Deux journées de travail où les exposants ont l'opportunité de rencontrer des tours-opérateurs généralistes et spécialisés venus de France et du monde entier pour faciliter le développement des contacts commerciaux et préparer la saison suivante. Près de 250 sociétés exposantes, plus de 450 tours-opérateurs et plus de 9 000 rendez-vous organisés chaque année.



### RENDEZ-VOUS EN FRANCE • NANTES

**24-25 MARS 2020**

800 à 900 tours-opérateurs du monde entier viennent à la rencontre de professionnels de toute la France. Le rendez-vous BtoB annuel, organisé par Atout France en partenariat avec le CRT. Deux journées de workshop sur la base de rendez-vous programmés.

Du 24 au 25 mars, 5 pré-tours seront organisés par le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur et l'Agence de Développement des Hautes-Alpes sur notre territoire.





**MONTER**  
EN GAMME ET  
EN COMPÉTENCES

# OUTILS MUTUALISÉS

**OPTIMISER LES OUTILS  
MONTER EN COMPÉTENCE  
GOUVERNANCE PARTAGÉE**



**JOURNÉES PARTENAIRES**  
DIGITAL - GRC - PRESSE  
ÉVÉNEMENTS - ÉCO  
(rendez-vous semestriels par métier)

**DÉVELOPPER  
DE NOUVEAUX  
OUTILS**



**FAIR GUEST**  
E-RÉPUTATION  
**ALLIANCE RÉSEAUX ADDOCK**  
OPEN EXPERIENCE J+1  
**ITINÉRANCE**  
**ENQUÊTE CLIENTÈLE BVA**  
**MÉDIATHÈQUE AJARIS**

**APIDAE**  
OUTIL DE GESTION DE  
L'INFORMATION TOURISTIQUE

**ALLIANCE RÉSEAUX**  
PLACE DE MARCHÉ

**AVIZI**  
DATA & GRC

**FLUX VISION ORANGE**  
OBSERVATION TOURISTIQUE

**KANTAR MÉDIA**  
REVUE DE PRESSE

**NOUVEAUX TERRITOIRES**  
ACCOMPAGNEMENT  
TAXE DE SÉJOUR

**BIGDATA**  
OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

**DIATHEMIS - SRDT**  
STRUCTURATION DES TERRITOIRES

**AGENCE PIA**  
PLATEFORME DE TRADUCTION

**INGÉNIERIE**  
STRUCTURATION DES FILIÈRES

**CONFORTER  
LES OUTILS  
EXISTANTS**



# OUTILS MUTUALISÉS • NOUVEAUTÉS

## FAIRGUEST

- Analyser et exploiter les avis clients recueillis sur les plateformes online : Booking, Trip Advisor, Google...
- Mesurer la satisfaction client à l'échelle d'un département, d'un territoire, d'un établissement
- Œuvrer à la montée en gamme des professionnels en fournissant des données qualitatives et fiables sur la qualité d'un hébergement ou d'une activité.

### 3 FORMULES D'ABONNEMENT POUR LES DESTINATIONS DE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

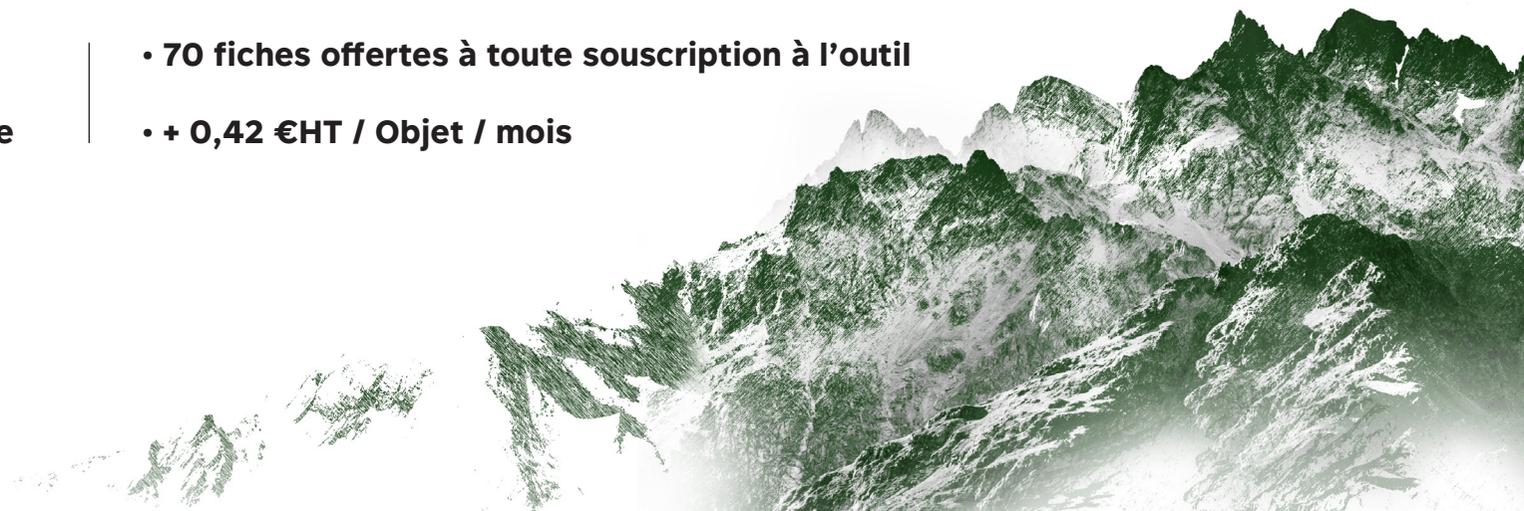
FORMULES D'ABONNEMENT	OBJECTIFS	COÛT
1. Abonnement « compte observation » (vues et sélections personnalisées)	Surveiller	20 € HT / mois
2. Abonnement « collecte et modération » (nombre d'avis limité)	Gérer	30 € HT / mois
3. Abonnement « API / widget de diffusion » (jusqu'à 20 000 appels API / mois. Au-delà , 1 € supplémentaire pour 1000 appels)	Valoriser	30 € HT / mois

• **340 objets surveillés par le CRT**

• **200 fiches surveillées par l'Agence**

• **70 fiches offertes à toute souscription à l'outil**

• **+ 0,42 €HT / Objet / mois**



## **OUTILS MUTUALISÉS • NOUVEAUTÉS**

### **ADDOCK**

#### **SOLUTIONS DE VENTE LOCALE ET DE RÉSERVATION EN LIGNE POUR LES LOISIRS (J+1)**

- Une réponse à chaque besoin : gestion des activités, matériel, stock, visites, équipes, entrées, etc.
- Démultiplication des ventes directes sur le site du prestataire et les sites partenaires
- Vente au comptoir grâce au module de caisse intégré
- Planning connecté à l'ensemble des distributeurs



Réseaux de distributeurs



Réservation en ligne



Encaissement, annulation instantanée



Planning et inventaire



Marketing et CRM



Caisse certifiée



Gestion de stocks et staff

### **ITINÉRANCE**

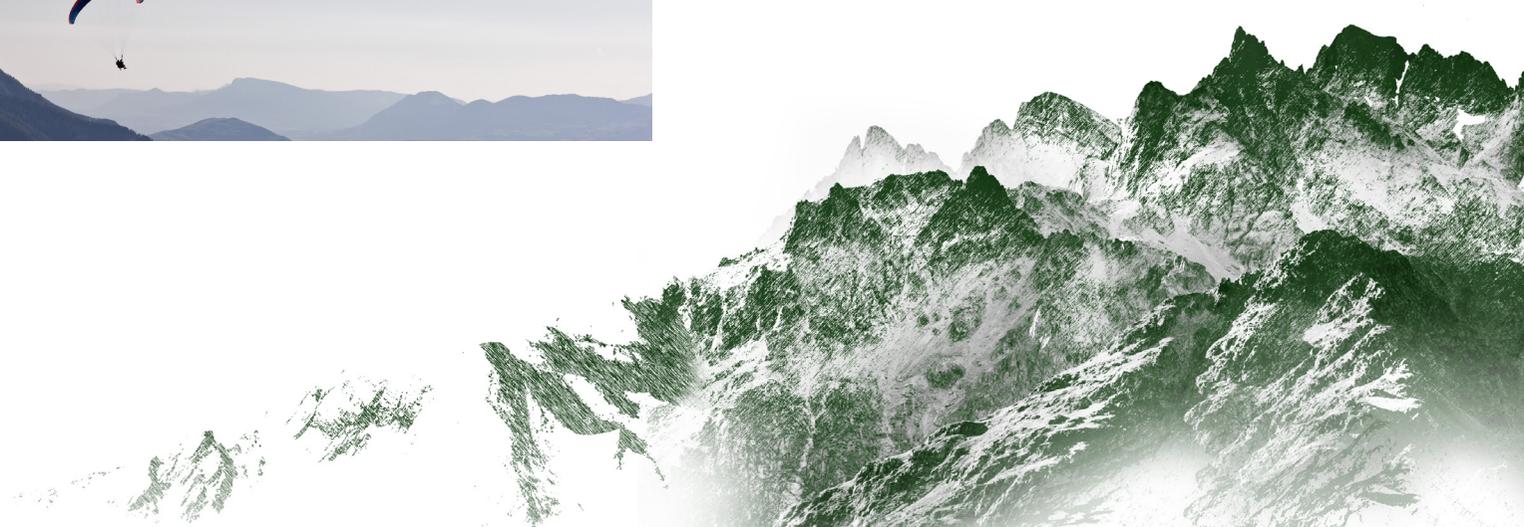
- Autres outils d'itinérance en cours de développement / recherche



## OUTILS MUTUALISÉS • NOUVEAUTÉS

### ENQUÊTE SUR NOS CLIENTÈLES TOURISTIQUE

- Une enquête menée à l'échelon régional, réalisée par BVA et pilotée par les partenaires régionaux : CRT, AD et OT
- Démarrage de l'enquête en décembre 2019
- Produire une photographie précise des clientèles touristiques : connaître les profils, les pratiques et quantifier les dépenses pour établir une évaluation de la consommation et des retombées économiques



# OUTILS MUTUALISÉS • NOUVEAUTÉS

## MÉDIATHÈQUE AJARIS

- Un dispositif régional mutualisé, pour nos OT et pour l'Agence
- Un outil de stockage et de recherche performant et intuitif
- Un accès facilité aux ressources multimedia

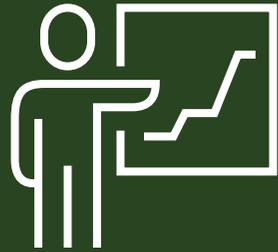


AJARIS



HAUTES  
ALPES





**ÉVALUER**  
NOS OPÉRATIONS

# TABLEAU DES OBJECTIFS

OBJECTIFS (ils précisent les engagements prioritaires de l'Agence conformément à la Convention Constitutive du 19 janvier 2018)	INDICATEURS DE PERFORMANCE (ils permettent de mesurer les progrès accomplis en vue d'atteindre les objectifs)	CIBLES (elles indiquent la valeur chiffrée annuelle de l'indicateur)						Direction Responsables Filières Moyens Généraux (ils établissent, avec les organes de gouvernance, la stratégie de l'Agence et supervise son action)
		Communication & Marketing	Digital	Presse	Promotion & Événementiel	Ingénierie	Développement	
<b>Attractivité des Hautes-Alpes</b>  Rayonner en termes de notoriété et d'image  Promouvoir les sites, les entreprises, les produits, les talents et les savoir-faire  Attirer les visiteurs, les entrepreneurs et les capitaux  Fédérer, structurer et développer les filières stratégiques  Soutenir l'innovation	Indicateur d'engagement	Nombre et nature des partenaires des Hautes-Alpes qui participent aux actions du plan marketing de l'Agence	Nombre de membres de la communauté sur les réseaux sociaux, d'ambassadeurs, de contacts qualifiés, des systèmes d'informations et place de marché	Nombre de points de contacts avec la presse (envois de dossiers, de communiqués, organisation de conférences, d'accueils de presse)	Nombre et nature des partenaires qui participent aux salons et/ou événements	Nombre et nature des partenaires accompagnés en ingénierie, nombre de loueurs classés et d'entreprises ou d'organismes labellisés	Nombre et nature des partenaires accompagnés en développement, nombre de dossiers suivis	Fixer les objectifs, les indicateurs et les cibles  Organiser le travail des unités en vue d'atteindre les objectifs  Formaliser les procédures et contrôler leur exécution  Planifier, diriger ou déléguer, évaluer la gestion des projets  Garantir l'adéquation des moyens  Faciliter la transmission et la circulation de l'information  Faire grandir l'autonomie des unités tout en veillant à la cohérence des décisions  Former les collaborateurs
	Indicateur de l'efficacité	Enquêtes de satisfaction et/ou réunion de bilan des actions avec les partenaires (conception, réalisation, résultats) ROI des campagnes : exposition (nombre de personnes touchées), adéquation (proximité avec les cibles et les valeurs de la marque), intention d'achats et de ventes	Enquêtes de satisfaction et/ou réunions de bilan des actions avec les partenaires (conception, réalisation, résultats) Taux d'engagement de la communauté, nombre de visiteurs et de vues, nombre de mails adressés ouverts, ROI des campagnes digitales, chiffre d'affaires de la place de marché	Enquêtes de satisfaction et/ou réunions de bilan des actions avec les partenaires (conception, réalisation, résultats) Nombre de parutions en revue de presse, valorisation marchande de ces parutions, répartition par canal, par territoire, par thématique, adéquation des contenus rédactionnels	Enquêtes de satisfaction et/ou réunions de bilan des salons et événements (conception, réalisation, résultats) ROI des campagnes : exposition (nombre de personnes touchées), adéquation (proximité avec les cibles et les valeurs de la marque), intention d'achats et de ventes	Enquêtes de satisfaction et/ou réunions de bilan des actions avec les partenaires (conception, réalisation, résultats) Etablissement, suivi et diffusion des indicateurs d'impact (voir indicateurs d'impact ci-dessous)	Enquêtes de satisfaction et/ou réunions de bilan des actions (conception, réalisation, résultats) Nombre de projets réalisés, bénéfice pour la structuration de la filière ou du territoire, nombre d'entreprises implantées, cartographie des réseaux d'influence	
	Indicateur de moyens humains et financiers	Moyens humains et financiers alloués	Moyens humains et financiers alloués	Moyens humains et financiers alloués	Moyens humains et financiers alloués	Moyens humains et financiers alloués	Moyens humains et financiers alloués	
	Indicateur d'impact (macroéconomique)	Fréquentation touristique (par période, site, type d'hébergements), consommation touristique, origine géographique des clientèles	Fréquentation touristique (par période, site, type d'hébergements), consommation touristique, origine géographique des clientèles	Fréquentation touristique (par période, site, type d'hébergements), consommation touristique, origine géographique des clientèles	Fréquentation touristique (par période, site, type d'hébergements), consommation touristique, origine géographique des clientèles	Fréquentation touristique (par période, site, type d'hébergements), consommation touristique, origine géographique des clientèles	Fréquentation touristique (par période, site, type d'hébergements), consommation touristique, origine géographique des clientèles	
	1/ Tourisme	Nombre d'exploitations, installations (par site, par type de production, part des productions classées (IGP, AOP, biologiques, labellisées, autres), part des circuits de distribution de proximité	Nombre d'exploitations, installations (par site, par type de production, part des productions classées (IGP, AOP, biologiques, labellisées, autres), part des circuits de distribution de proximité	Nombre d'exploitations, installations (par site, par type de production, part des productions classées (IGP, AOP, biologiques, labellisées, autres), part des circuits de distribution de proximité	Nombre d'exploitations, installations (par site, par type de production, part des productions classées (IGP, AOP, biologiques, labellisées, autres), part des circuits de distribution de proximité	Nombre d'exploitations, installations (par site, par type de production, part des productions classées (IGP, AOP, biologiques, labellisées, autres), part des circuits de distribution de proximité	Nombre d'exploitations, installations (par site, par type de production, part des productions classées (IGP, AOP, biologiques, labellisées, autres), part des circuits de distribution de proximité	
	2/ Agriculture	Créations et défaillances d'entreprises, chiffre d'affaires des entreprises (par période, secteur d'activités), taux de chômage, démographie	Créations et défaillances d'entreprises, chiffre d'affaires des entreprises (par période, secteur d'activités), taux de chômage, démographie	Créations et défaillances d'entreprises, chiffre d'affaires des entreprises (par période, secteur d'activités), taux de chômage, démographie	Créations et défaillances d'entreprises, chiffre d'affaires des entreprises (par période, secteur d'activités), taux de chômage, démographie	Créations et défaillances d'entreprises, chiffre d'affaires des entreprises (par période, secteur d'activités), taux de chômage, démographie	Créations et défaillances d'entreprises, chiffre d'affaires des entreprises (par période, secteur d'activités), taux de chômage, démographie	
3/ Economie								

