

× 2^e Matinée
de la **data** ×

Des données de qualité pour une IA éthique et performante

Atelier **Tourisme**

Développer une attractivité touristique et
économique durable par l'exploitation de données
de fréquentation touristique



1 | RAPPEL DU CONTEXTE

2 | RETOUR SUR LES PRINCIPAUX
RÉSULTATS

3 | QUELLES SUITES ?



STRATÉGIE LOCALE DE LA DONNÉE – CAS D'USAGE TOURISME

01 | CONTEXTE

Un cas d'usage qui a permis de creuser plusieurs angles

- Un cas d'usage alimenté par la SMDE Cap 2030 – stratégie touristique.
- Lors des divers temps d'échanges, plusieurs questions ont été posées :
 - qui sont nos touristes ?
 - que font-ils lorsqu'ils visitent la destination et la métropole ?
 - les évènements et équipements génèrent-ils des flux touristiques ?
- Ces différents angles ont permis de récolter des données à la journée et de tester de nouvelles approches avec les partenaires.



2

STRATÉGIE LOCALE DE LA DONNÉE – CAS D'USAGE TOURISME

02 | PRINCIPAUX RÉSULTATS

2a

STRATÉGIE LOCALE DE LA DONNÉE – CAS D'USAGE TOURISME

02a | LE TOURISME DANS BREST MÉTROPOLE

PRINCIPAUX RÉSULTATS

Le tourisme dans Brest métropole : quelques chiffres clefs



Une capacité d'accueil de **33 500 lits** en 2024 soit **17 %** de Brest terres océanes



La métropole génère
9,2 M d'excursions en 2024

78 % des touristes
restent visiter la métropole le lendemain de leur nuitée



5,2 millions de nuitées en 2024
soit 1/3 des nuitées de Brest terres océanes

72 % clientèle française
28 % clientèle internationale

Une durée moyenne de **4,1 jours** par séjour (5,4)

3 400 emplois salariés en 2024, soit 5 % des emplois salariés privés (une moyenne équivalente à la Bretagne)

Sources : Enquêtes Reflet 2022, Tourisme Bretagne, Insee, Flux Vision Orange, ADEUPA

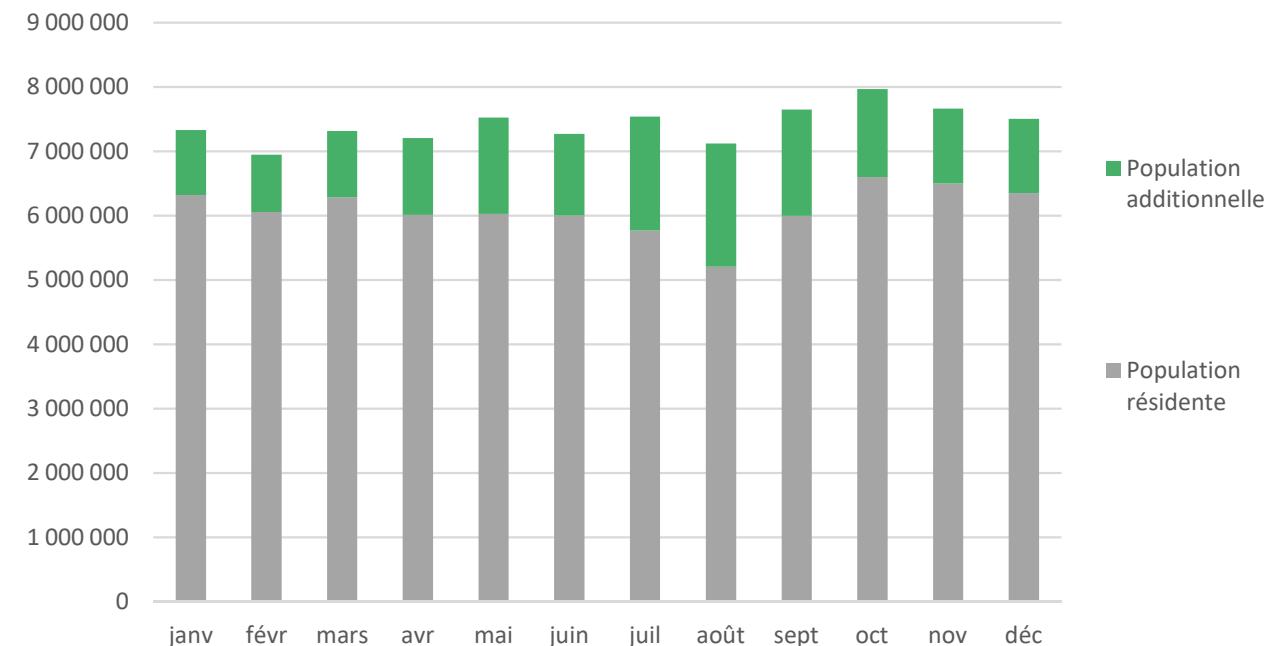
Les données entre parenthèses correspondent à la moyenne de la destination touristique

La fréquentation touristique de Brest métropole en 2024

Le tourisme et l'excursionnisme génèrent une fréquentation de **15,9M** de journées, soit **22 %** de la fréquentation totale de la métropole, ou **1/3** en juillet/août.

Fréquentation de Brest métropole en nombre de journées en 2024

Source : Flux Vision Orange, traitement ADEUPa

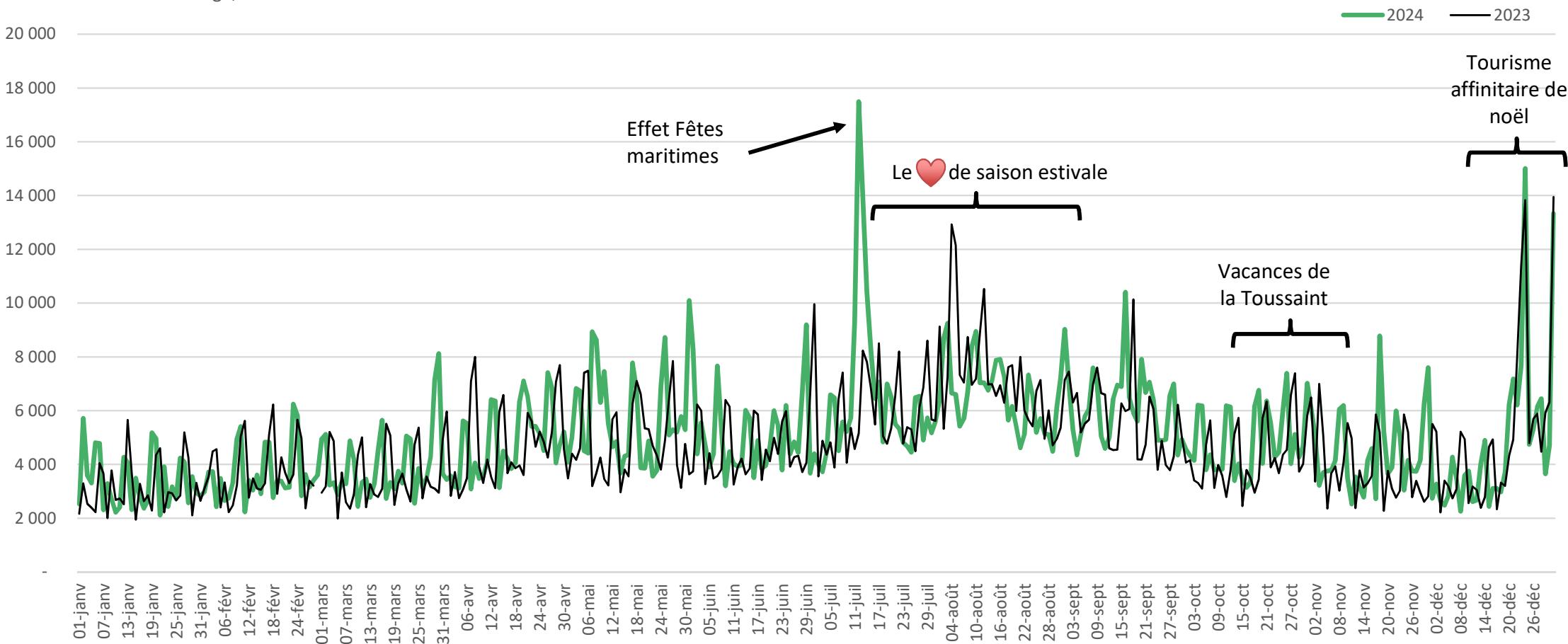


PRINCIPAUX RÉSULTATS

Les arrivées journalières des touristes dans Brest métropole

Arrivées de touristes dans Brest métropole en 2023 et 2024

source : Flux vision Orange, traitement ADEUPa

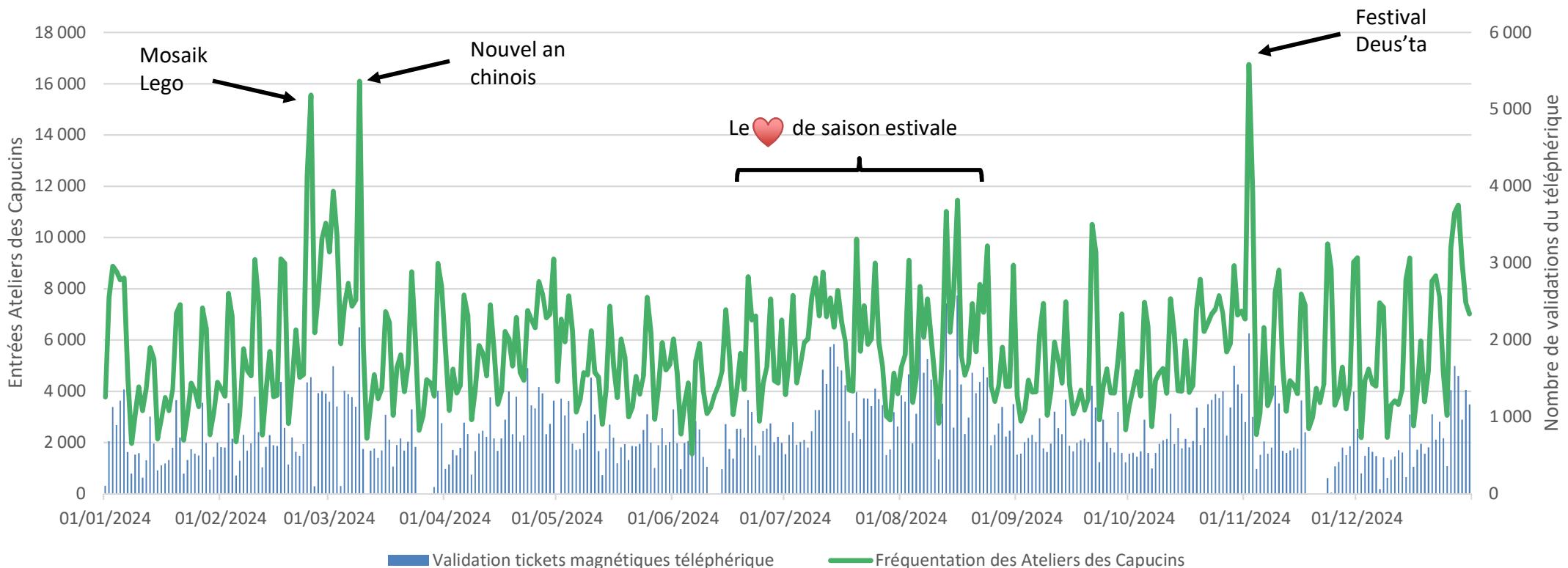


Fréquentation du téléphérique et des Ateliers des Capucins : un binôme qui fait partie du circuit touristique

Une fréquentation également fortement influencée par l'évènementiel

Fréquentation journalière des Ateliers des Capucins et du téléphérique en 2024

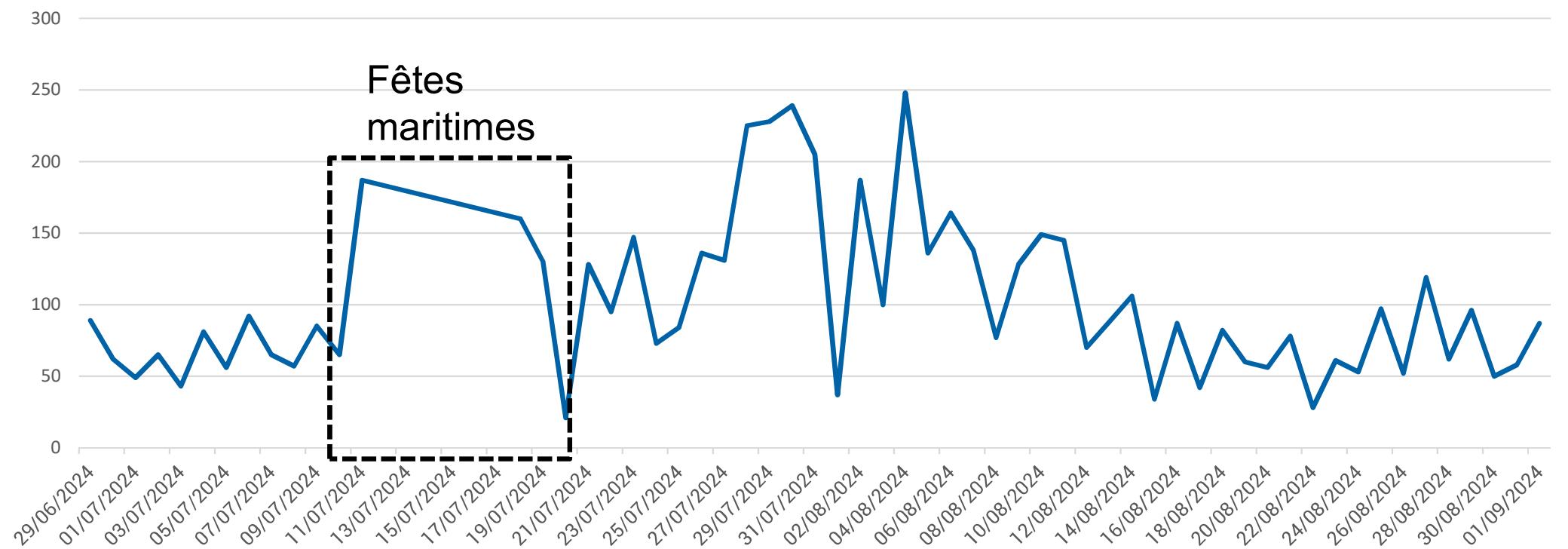
Source : RATP Dev, Ateliers des Capucins, traitement ADEUPA



La ligne bleue : 5 973 voyages en 2024

Nombre de validations journalières de la ligne bleue

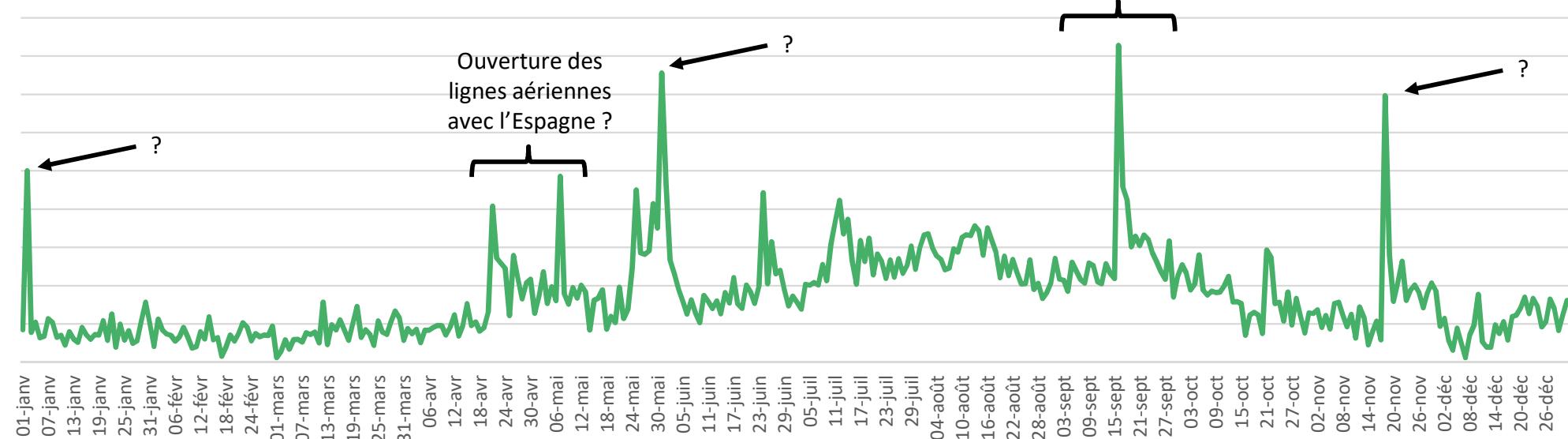
Source : RATP Dev, traitement ADEUPa



Les arrivées des touristes étrangers dans Brest métropole en 2024

Arrivées des touristes étrangers dans Brest métropole en 2024

Source : Flux Vision Orange, traitement ADEUPa



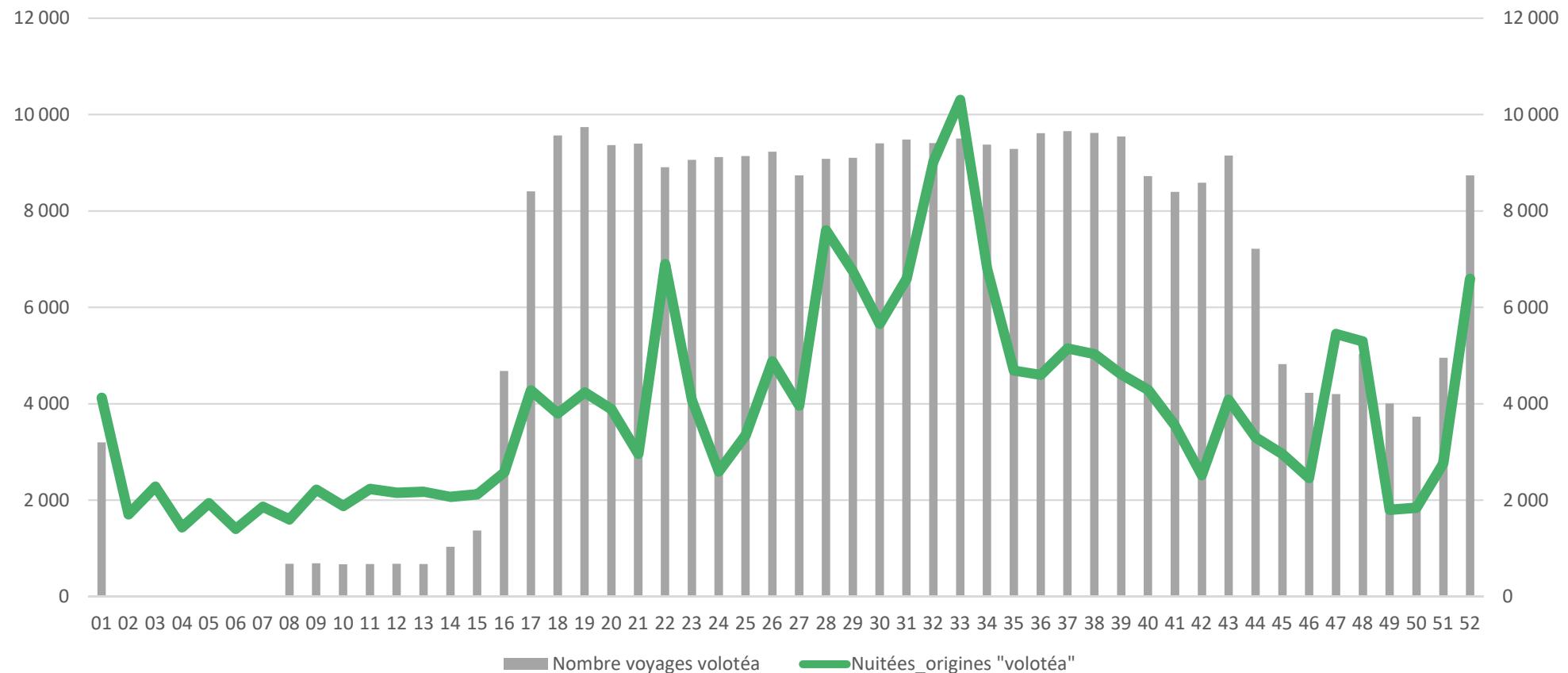
PRINCIPAUX RÉSULTATS

Une corrélation entre connexions aériennes et fréquentation touristiques ?

La compagnie a assuré près de 310 000 voyages en 2024 soit 1 voyage sur trois.
Un des paramètres qui permet d'amener des touristes au sein de la destination

Nombre hebdomadaire des voyages volotéa et des nuitées touristiques d'origines « cibles Volotéa » dans Brest métropole en 2024

Source : Citéo, Flux Vision Orange, traitement ADEUPa



Origines prises en compte avec les données Flux Vision Orange : espagnole, italienne, mais aussi des départements de l'Hérault, du Bouches-du-Rhône, du Bas-Rhin

2b

STRATÉGIE LOCALE DE LA DONNÉE – CAS D'USAGE TOURISME

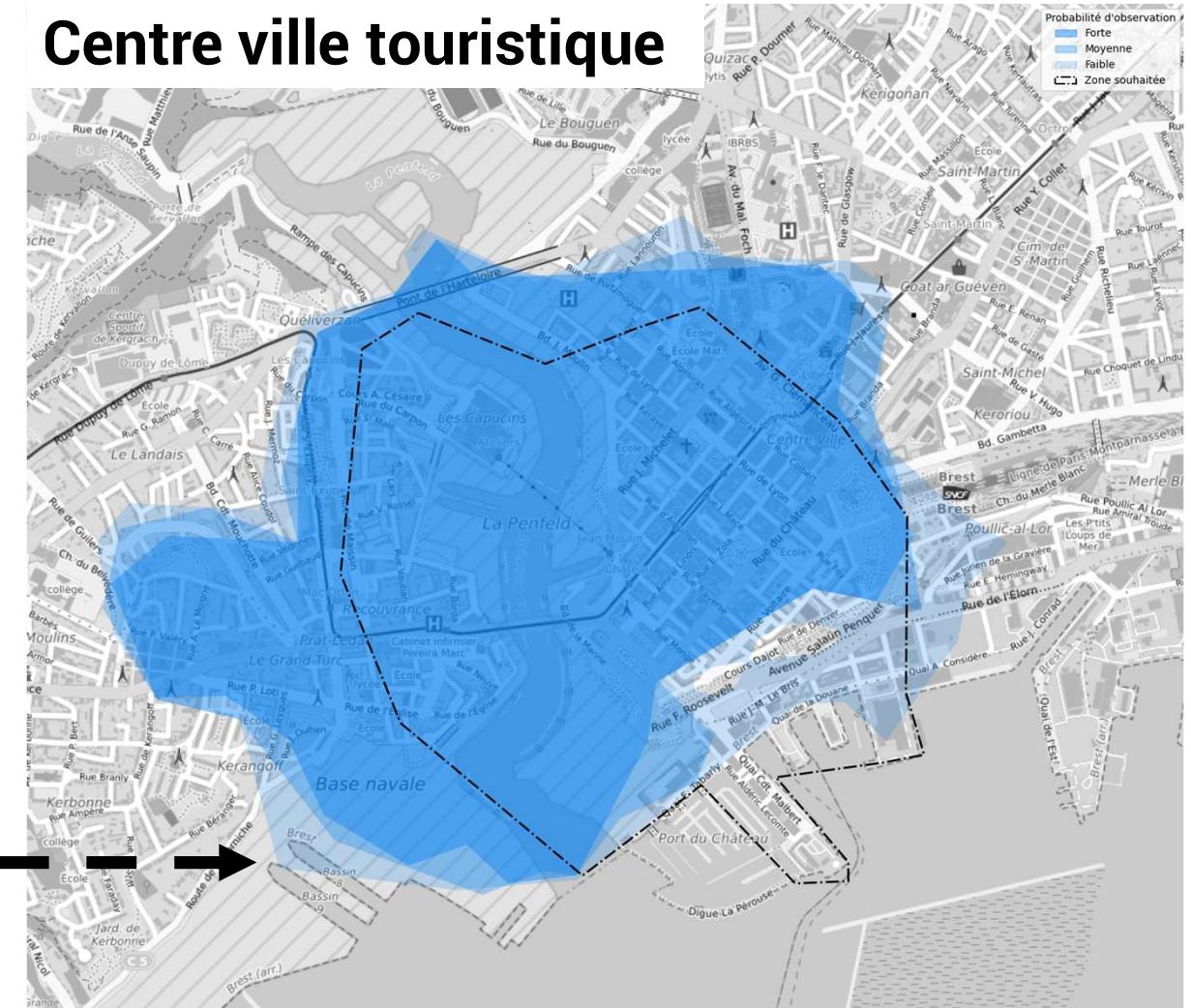
02b | LE TEST INFRA COMMUNALE ET SUIVI DE COHORTE

Une analyse infra communale de la fréquentation touristique de Brest

Zone du Moulin Blanc



Centre ville touristique



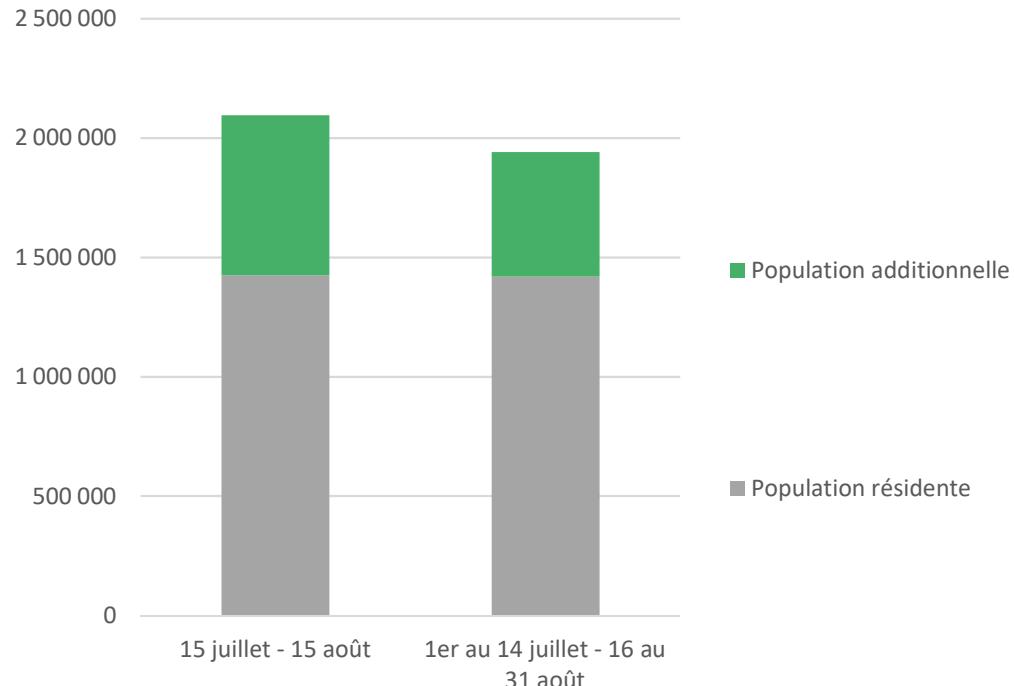
Objectif : qualifier et quantifier les échanges de flux touristiques et excursionnistes entre ces deux zones entre le 15 juillet et le 15 août, le pic de saison.

PRINCIPAUX RÉSULTATS

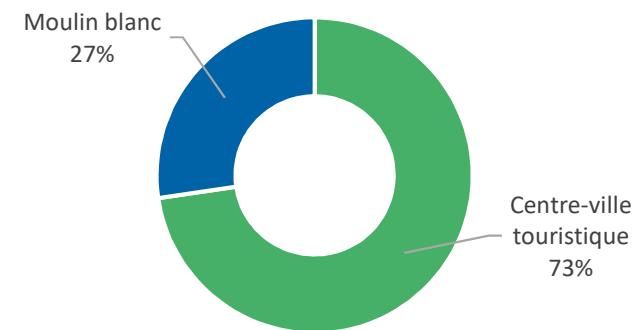
Fréquentation du centre ville et du moulin blanc entre juillet et août 2025, quelles caractéristiques ?

- Le centre ville et le moulin blanc ont généré plus de **1,2 M** de visites en journées entre juillet et août.
- Sur ces deux zones, les touristes et excursionniste représentent **30 %** du volume.
- Une attractivité touristique et excursionniste encore plus forte entre le 15 juillet et le 15 août : **32 %**.
- Le centre ville représente plus de **70 %** des visites.

Fréquentation à la journée du centre ville et du Moulin blanc entre juillet et août 2025
Source : Flux Vision Orange, traitement ADEUPa



Répartition par zone des visites des touristes et excursionnistes entre juillet et août 2025



PRINCIPAUX RÉSULTATS

Fréquentation de la zone du Moulin blanc

- Touristes :**

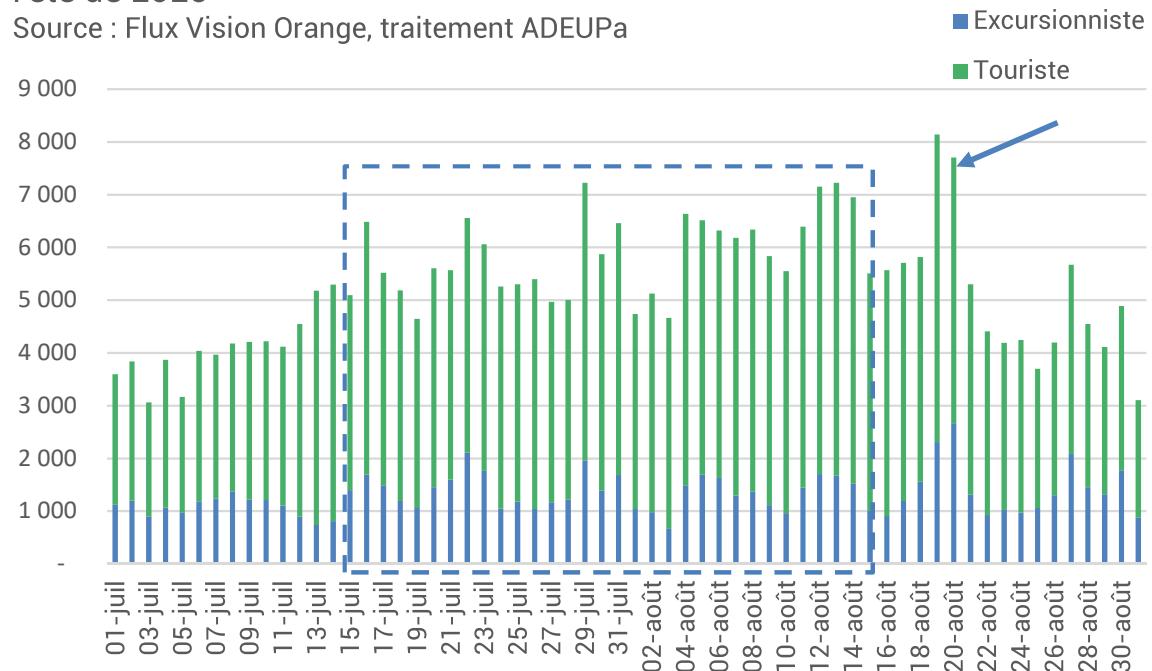
- 244 000 visites entre juillet et août 2025,
- La journée la plus active : le 19 août avec 5 800 visites,
- Le pas de deux heures le plus fréquenté : mardi 19 août entre 12 et 14h,
- La période cible représente 59 % de la fréquentation touristique de la période.

- Excursionnistes :**

- 81 000 visites entre juillet et août 2025,
- Journée la plus active : le 20 août avec 2 600 excursions,
- Le pas de deux heures le plus fréquenté, mardi 20 août entre 12h et 14h,
- La période cible représente 54 % de la fréquentation touristique de la période.

Fréquentation journalière des touristes et excursionnistes de Brest terres océaniques de la zone du Moulin blanc pendant l'été de 2025

Source : Flux Vision Orange, traitement ADEUPa



Des habitudes de fréquentation différentes par la population résidente, avec des pics de fréquentation en soirées (16h à 18h) 🍻

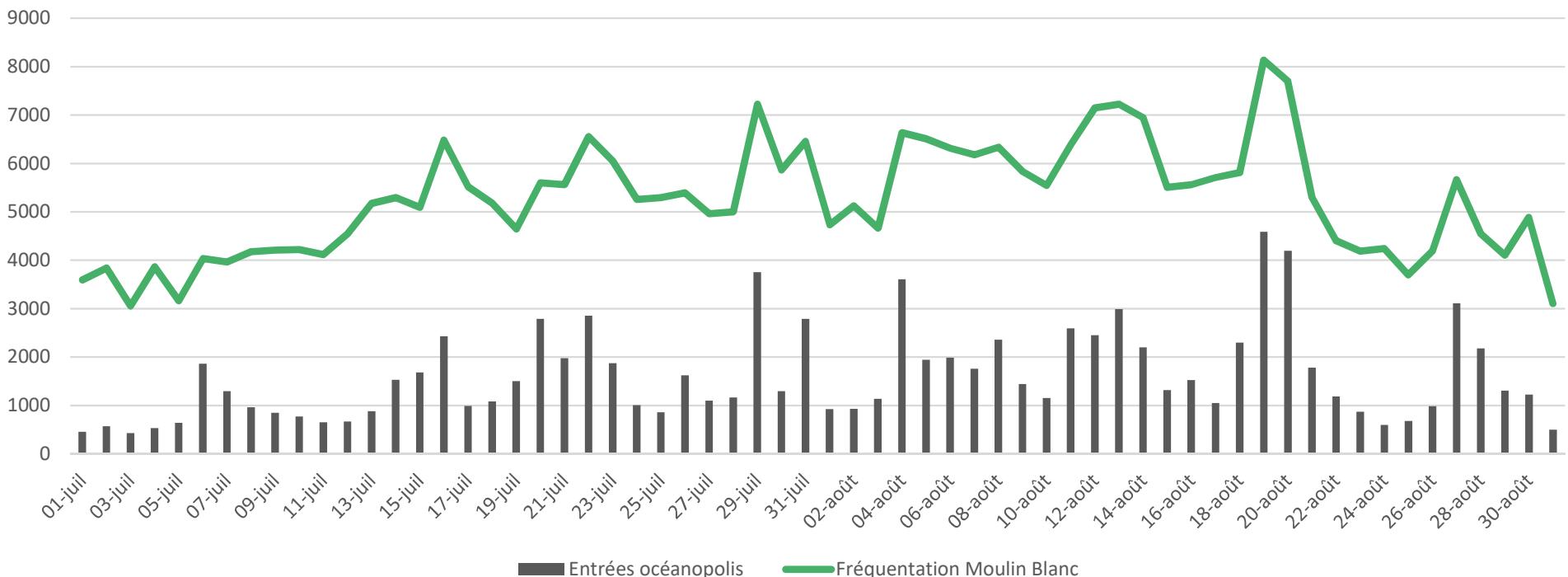
PRINCIPAUX RÉSULTATS

Océanopolis, un équipement attractif pour les touristes et excursionnistes

- Près de 100 000 entrées entre juillet et août à Océanopolis soit environ 1/3 du flux de fréquentation de la zone du Moulin Blanc ;
- Une corrélation entre les pics de fréquentation de la zone et les entrées journalières d'Océanopolis.

Fréquentation journalière du Moulin Blanc et d'Océanopolis entre juillet et août 2025

Source : Brest en vue, Flux Vision Orange, traitement ADEUPa



PRINCIPAUX RÉSULTATS

Fréquentation du centre ville

- Touristes :**

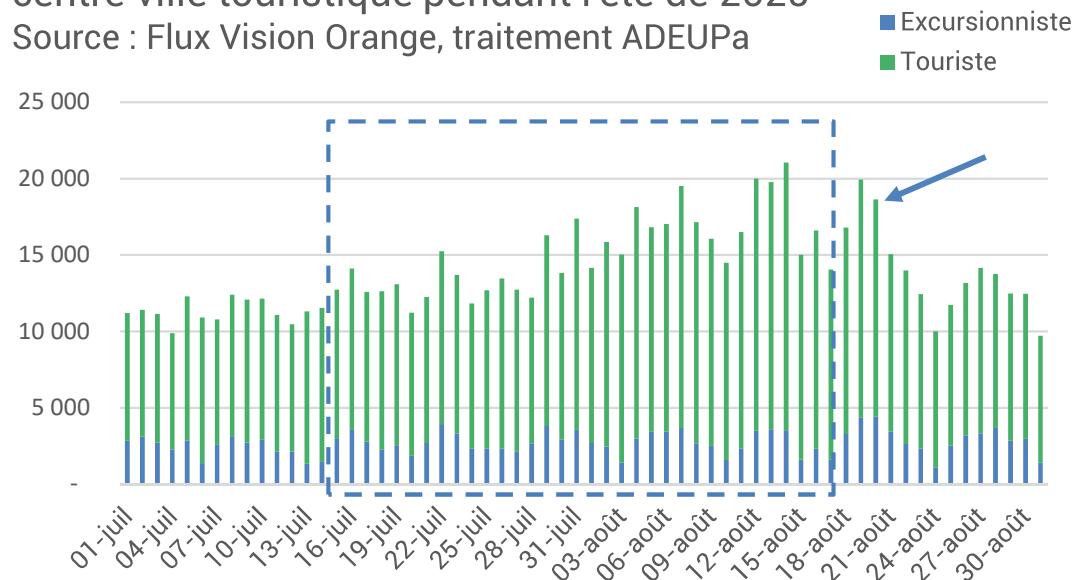
- 700 000 visites entre juillet et août 2025,
- La journée la plus active : le 14 août avec 17 500 visites,
- Le pas de deux heures le plus fréquenté : jeudi 14 août entre 18h et 20h > effet jeudi du port ?
- La période cible représente 56 % de la fréquentation touristique de la période.

- Excursionnistes :**

- 168 000 visites entre juillet et août 2025,
- Journée la plus active : le 22 juillet avec près de 4 000 excursions,
- Le pas de deux heures le plus fréquenté, mardi 29 juillet entre 14h et 16h.
- La période cible représente 53 % de la fréquentation touristique de la période.

Fréquentation journalière des touristes et excursionnistes de Brest terres océanes du centre ville touristique pendant l'été de 2025

Source : Flux Vision Orange, traitement ADEUPa

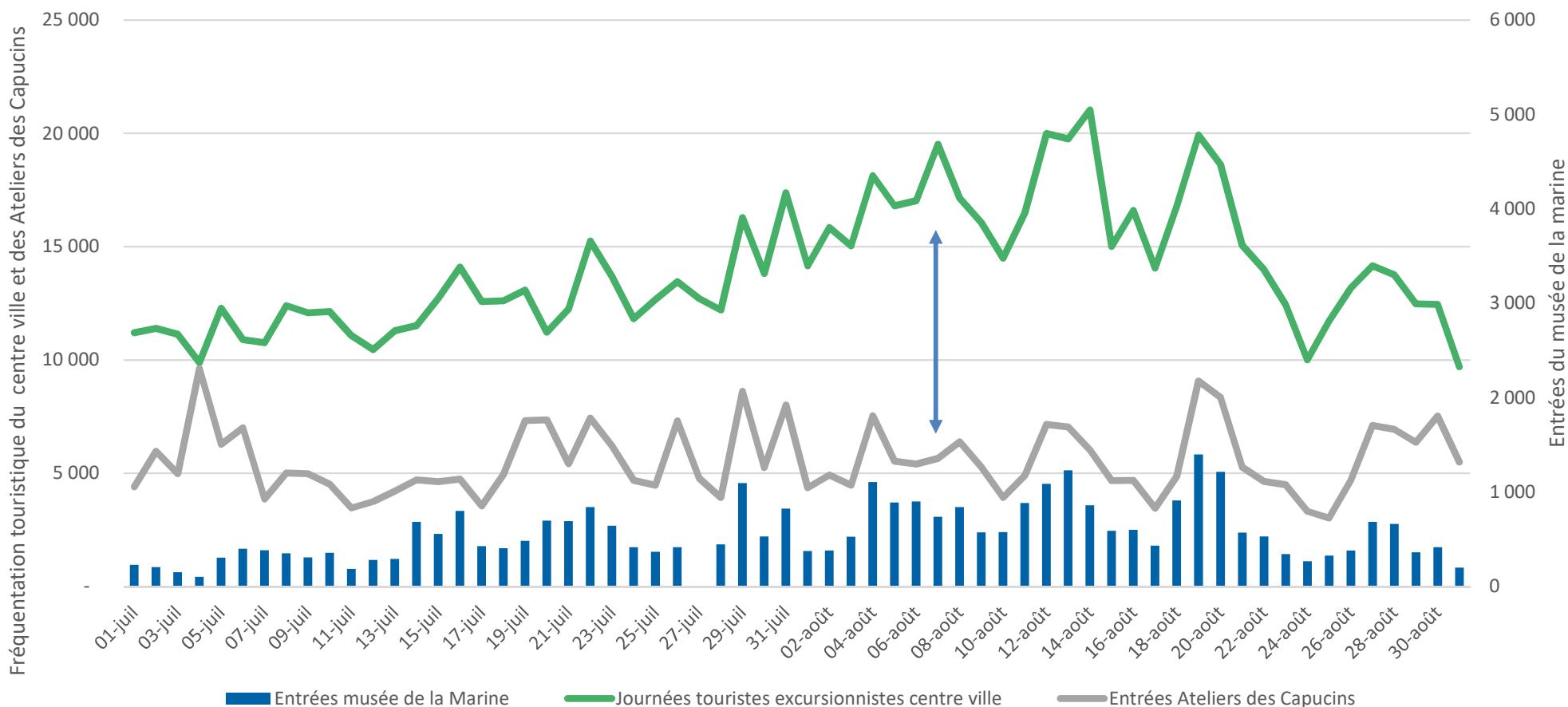


Une fréquentation touristique encore forte en deuxième partie d'août

Les Ateliers et le musée de la Marine, des équipements attractifs pour les touristes et excursionnistes du centre ville ?

Fréquentation journalière du centre-ville touristique de Brest, des Ateliers des Capucins et du musée de la Marine entre juillet et août 2025

Source : Flux Vision Orange, SPL Ateliers des Capucins, musée de la Marine



PRINCIPAUX RÉSULTATS

Entre le 15 juillet et le 15 août : quels flux touristiques entre deux zones ?

Sur une même journée :

- **46 %** des touristes visitent les deux zones représentant **426 000** journées.
- **Le sens moulin blanc > centre ville ressort**

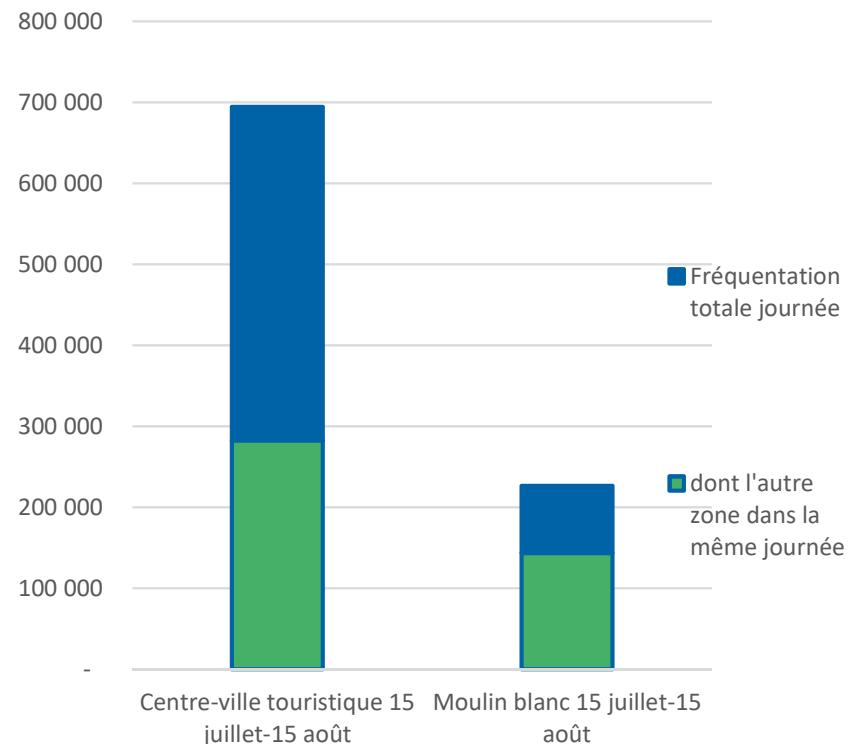
Dans les 7 jours :

- **42 %** des touristes ont visité l'autre zone dans les 7 jours.



Fréquentation à la journée des touristes entre le 15 juillet et le 15 août 2025

Source : Flux Vision Orange, traitement ADEUPa



Entre le 15 juillet et le 15 août : est-ce qu'on revient sur la même zone ?

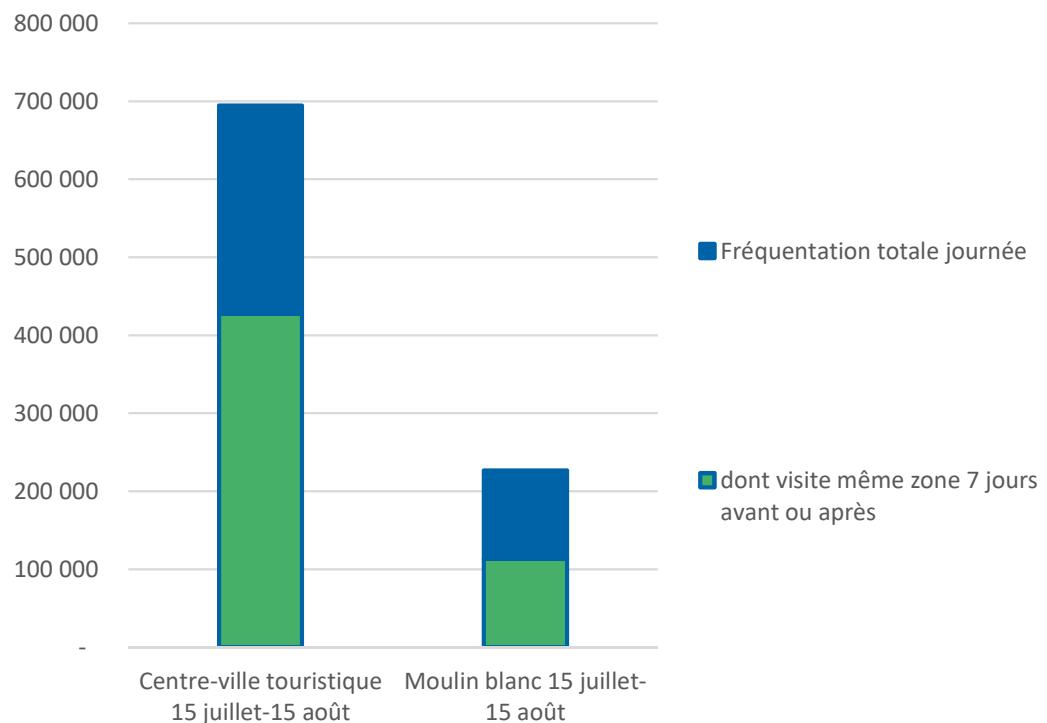
Sur une durée de 7 jours précédents ou après le premier passage de la période cible :

- environ **60 %** des touristes reviennent ou ont déjà été sur la même zone ;
- une part plus forte concernant le centre-ville avec **62 %** contre **50 %** pour le Moulin Blanc.



Fréquentation à la journée des touristes entre le 15 juillet et le 15 août 2025

Source : Flux Vision Orange, traitement ADEUPa



3

STRATÉGIE LOCALE DE LA DONNÉE – CAS D'USAGE TOURISME

03 | LES SUITES À DONNER ?

QUELLES SUITES POSSIBLES

- Des notions de circuits touristiques encore à creuser
- D'autres zones infra communales à analyser ?
- Un suivi de cohorte à réaliser après la fin de travaux d'Océanopolis ?
- Mieux cerner le profil touristique de décembre
- Des données encore manquantes : bancaires, SNCF



Dans le cadre de l'observatoire du tourisme de Brest métropole, plusieurs sujets ont été fléchés :

- Améliorer l'évaluation du poids économique du tourisme d'affaires ;
- Mieux cerner et mesurer la notion de tourisme durable.



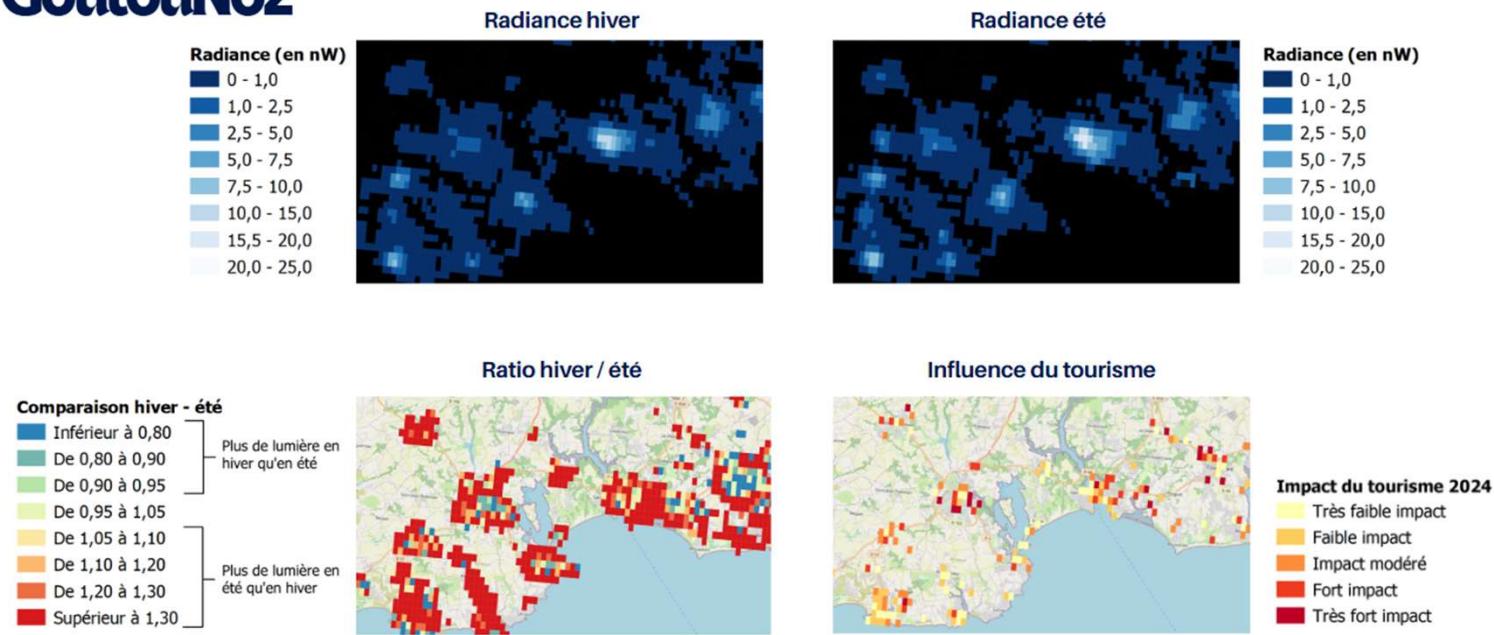
La pollution lumineuse dans les zones touristiques côtières

- Un cas d'usage en partenariat avec l'institut de Géoarchitecture (chaire de recherche Noz Breizh)
- Les grands objectifs du projet :
 - Développer une méthode éthique, accessible et réplicable
 - Favoriser les continuités écologiques pour la biodiversité nocturne (Trame Noire)
 - Un outil de sensibilisation et d'aide à la décision à destination des collectivités
 - Ne pas nuire à l'activité touristique et au développement économique des zones concernées

La pollution lumineuse dans les zones touristiques côtières

- Un projet travailler dans le cadre de l'Ocean Hackathon 2025

GouloùNoz





ATELIER THÉMATIQUE | DATA ET TOURISME

*Présenté par les étudiants du Master 2 Droit et Gouvernance du Numérique de l'UBO
COQUET Yoann, GILET Anna, LOUEDEC Jules, SECK Serigne*

Comment va se dérouler notre intervention ?

- Définitions et enjeux des **données “d’intérêt général”**
- Aspect **éthique et moral** de l’altruisme des données
- Exemples de smart cities
- Aspect **économique** de l’altruisme des données

Le tourisme ? une mission d'intérêt général reconnue !



Article L. 111-1 du Code du tourisme

« *L'État, les régions, les départements et les communes sont compétents dans le domaine du tourisme [...].* »



Article L. 5217-2 du CGCT, compétence des métropoles :

« *Promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme.* »

Les données touristiques : *qualifications, limites et tensions juridiques*

La donnée ? une ressource technique devenue économique

Double nature de la donnée :
=> Nature technique + nature
économique

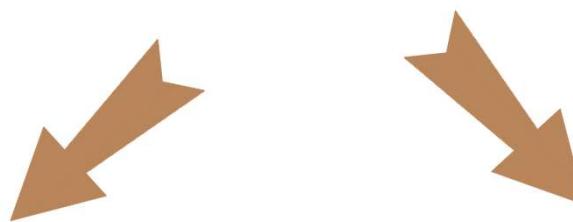


La ressource nécessaire à l’intérêt général est aussi la matière première du secteur privé. On observe donc un changement de destination de la donnée.

Les 2 fonctions de l'intérêt général ?

Fonction permissive

L'IG autorise l'administration à intervenir dans un domaine donné, y compris économique, lorsqu'un objectif dépasse les intérêts particuliers.



Fonction de contrôle

L'IG limite et encadre cette intervention, en interdisant à la collectivité de poursuivre des buts privés ou disproportionnés.

Le régime d’intervention de la collectivité dans la collecte des données : une porte étroite..

Fondement juridique existant
mais limité :



**la mission d’observation
territoriale**

Les 3 conditions de légitimité

Adéquation

Nécessité

Proportionnalité

La notion “d'altruisme des données”

Vient **justifier l'aspect moral** de la collecte des données ici

But d'IG ≠ but commercial

Plusieurs **difficultés**
identifiées...

*Convaincre les parties
prenantes, consentement etc.*

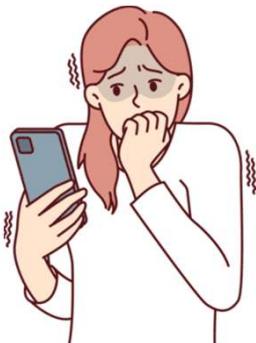


**Mais de nombreuses
pistes de solutions**

*Consolider le rôle du
tiers de confiance,
anonymisation..*

Enjeux et difficultés que l'on peut soulever :

- Comment obtenir le **consentement (libre, éclairé et équitable)** des utilisateurs ?
- Difficultés pour les parties prenantes (entreprises, particuliers..) d'y **trouver un intérêt** ?
- Désamorcer la **crainte** des parties d'y voir une **surveillance ou exploitation abusive** de leurs données

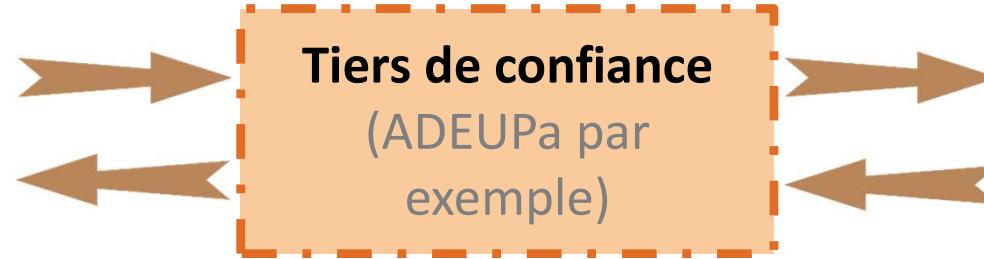


Des pistes de solutions possibles !



Renforcer le rôle du tiers de confiance

Les **parties** (entreprises, banques, particuliers..) acceptant de partager leurs données



Les **acteurs publics** (afin d'améliorer le tourisme)

Indépendance du tiers de confiance : garantir une sécurité juridique et éthique

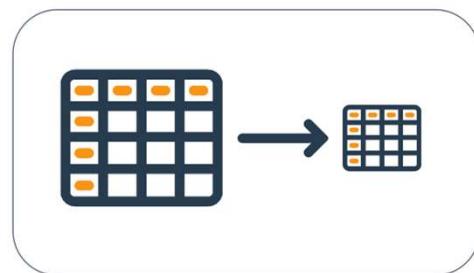
Des pistes de solutions possibles !



Des solutions juridiques :

Principe de minimisation

En veillant à collecter uniquement les données nécessaires

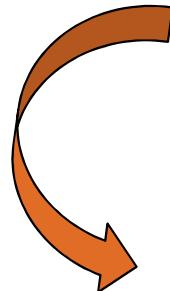


Utiliser des techniques d'anonymisation, de pseudonymisation ou d'avatarisation





L'exemple des Smart Cities



Optimiser les services urbains comme la mobilité, la gestion de l'énergie et l'éclairage, la collecte des déchets ou la qualité de l'air

*Des villes comme **Nice, Marseille, Brest, Dijon**, ont recours à ce genre de systèmes intelligents*



L'exemple des Smart Cities

L'exemple de Dijon (*taille similaire à Brest*)



Projet de ville intelligente
(OnDijon)



Encadré par la **Charte de la donnée numérique** de Dijon

La donnée comme “actif économique”



Bien non rival

« *nouvel or noir du 21^e siècle* »

Importance stratégique de la donnée

Caractéristique de la donnée : elle est **NON RIVALE** (≠ distinction avec les biens classiques)



*L'exploitation d'une donnée n'entraîne pas sa consommation : le **partage de la donnée** n'appauvrit pas son détenteur*

La donnée comme “actif économique”

Une qualification dépendante du contexte et de la finalité d'usage

La qualification d'une donnée =>
dépend de la **finalité du
traitement**



- **valeur stratégique** sur le plan commercial
- *caractère d'intérêt général*

Possibilité d'un **changement
d'affectation** en fonction des
usages poursuivis



La donnée comme “actif économique”

Condition indispensable à l'exploitation non rivale ?



Par le **respect des normes juridiques (RGPD, Data Governance Act)** + un cadre de gouvernance clair et prévisible



Définir un **cadre de sécurité et de confiance**



Des garanties attendues comme la **sécurité, agrégation, pseudonymisation, hébergement maîtrisé, contractualisation lisible..**

Conclusion et remerciement !



← Réflexion sur un **droit encore en construction**

← La donnée, en tant que **bien non rival**, peut circuler, être réutilisée et produire un **bénéfice collectif**

← SI les **garanties** évoquées ici sont respectées (RGPD, DGA..)

Merci de votre participation



Data for All



AGENCE D'URBANISME DE BREST • BRETAGNE
18 rue Jean-Jaurès - 29200 BREST
Tél. 02 98 33 51 71

www.adeupa-brest.fr