



Flux Vision

**Stations de
Montagne**

**Analyser les flux
de populations**

orange™

**Business
Services**

**Journées d'échanges
sur la mobilité urbaine**

**Flux Vision – la téléphonie mobile au service de l'observation
des fréquentations des stations de ski**
Marcelo Pimont Strambi

Flux Vision

Témoignage Chamonix



<http://www.dailymotion.com/video/x2srr2d>



**Business
Services**



Flux Vision

Indicateurs de mobilité en temps réel

Des **indicateurs statistiques** sur la mobilité de populations issus des données techniques du réseau mobile



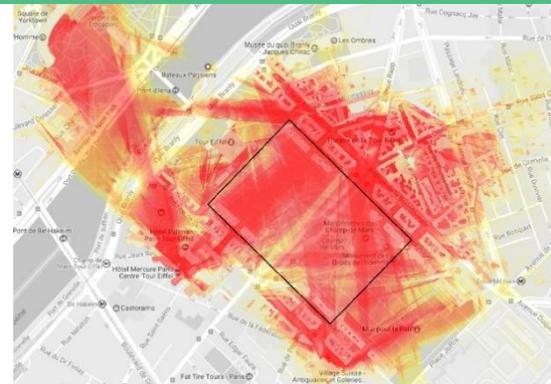
Une solution entièrement développée par Orange: plus de 8 ans de R&D

Background dans la simulation de couverture des réseaux mobiles



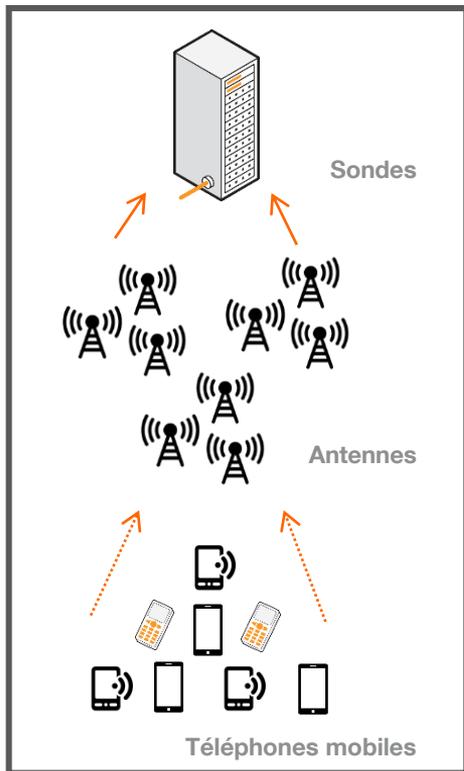
Des procédés d'anonymisation conformes aux exigences de la CNIL

Des échantillons massifs et représentatifs issus du réseau mobile Orange, leader en France

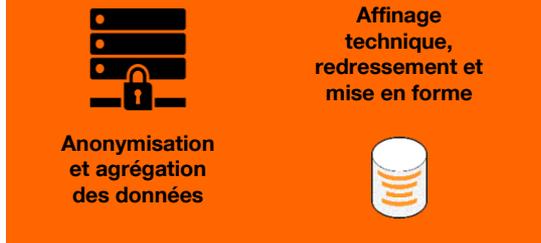


Flux Vision : traitement en temps-réel

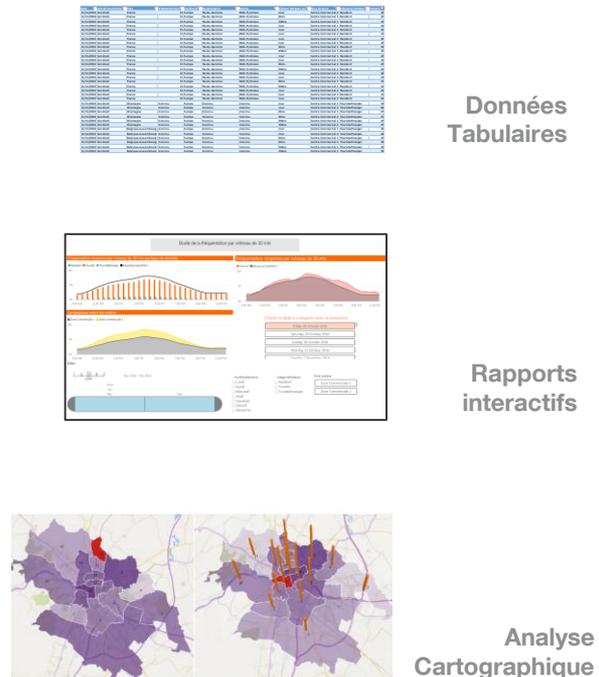
Réseau mobile



Plateforme Flux Vision



Indicateurs statistiques



Flux Vision pour les Stations de Montagne

Contrat Cadre



Mieux connaître
et servir
ses clients

Se différencier
par de
nouveaux
services



Flux de visiteurs

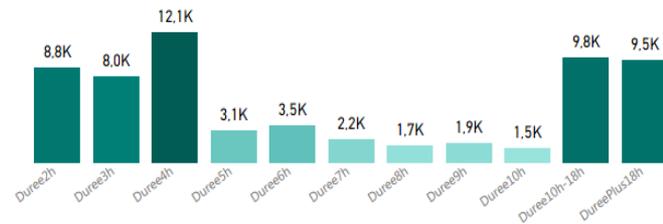
Hébergement

Volume des visiteurs uniques

Segmentation

- Résidents du département
- Saisonniers
- Excursionnistes et Transit
- Autres visiteurs français
- Visiteurs internationaux

Durée de présence moyenne des visiteurs

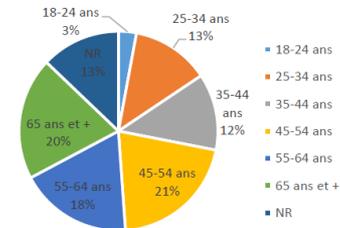


Indicateurs Standard

Provenance des visiteurs

Profil sociodémographiques des visiteurs français*

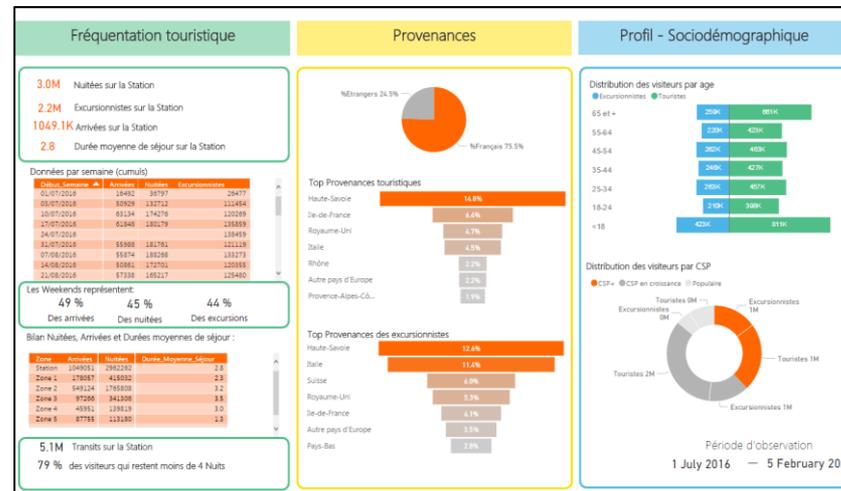
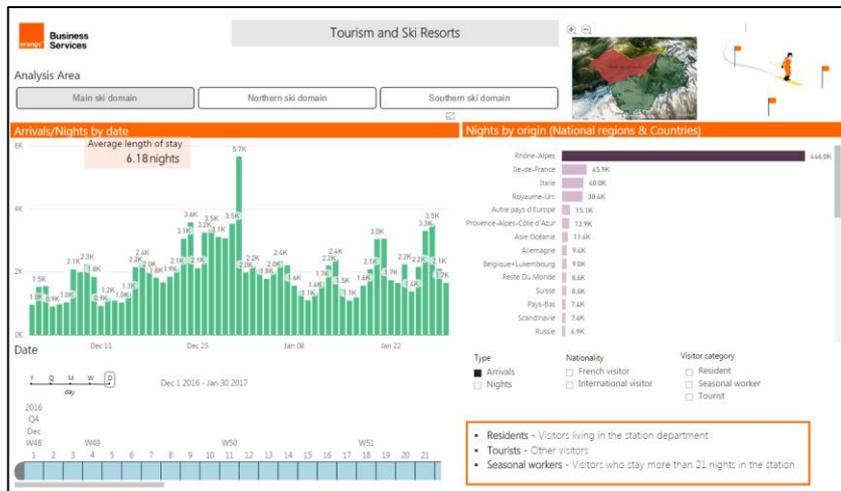
Options: Multi-zonage; Mobilité inter-domaine; Points de passage;



* Données du porteur du contrat mobile

** à partir de la nationalité de la carte SIM

Flux Vision: Exemple de Rapport Interactif: cliquer pour suivre le lien



Pourquoi ces données pour les stations de montagne?

Amélioration connaissance client

- Provenance des touristes
- Rythme/Comportement

Optimisation de l'organisation de l'accueil

- Amélioration de la Communication
- Dimensionnement du personnel et des infrastructures

1

2



Les principales forces et faiblesses de Flux Vision (et de la FMD – *Floating Mobile Data* – en général)

Forces



Echantillons massifs

- Grands échantillons qui permettent d'augmenter la fiabilité des résultats.
- Bonne représentativité de la population

Mesure complète

- A tout moment – dynamique pour des analyses comparatives et également en temps réel
- Partout – tout territoire. Analyse porte à porte et concurrentielle



Faibles coûts

- Coûts réduits par rapport aux enquêtes traditionnelles
- Pas d'installation additionnelle nécessaire
- Disponibilité immédiate des données



Préférences révélées

- Pas de biais déclaratifs
- A être utilisé en complémentarité avec des enquêtes déclaratives pour permettre d'évaluer d'autres éléments qualitatifs:
 - sensibilité par rapport aux arbitrages temps/argent, confort, motifs, etc.

Faiblesses



Précision spatiotemporelle

- Granularité du zonage limitée et variabilité selon la densité et couverture des antennes
- Limites d'analyses temporelles par rapport au lieu et au comportement des personnes

Affectation modale et motif

- Incertitude sur les modes notamment sur les villes
- Affectation spatiale principalement
- Déduction du motif par observation



Quelques unes de nos références

Retail et Geomarketing

 Clear Channel

 HAVAS  BPCE

 unibail-rodamco

 ALTAREA COGEDIM  CHANEL  VIPARIS

Transport Territoires

 rhonexpress
the smart link[®]

 CCI BAYONNE PAYS BASQUE  Grand Duon
Euskal Herri

 GRAND LYON
la métropole

 a'urba.
agence d'urbanisme
Bordeaux métropole Aquitaine

Tourisme Événementiel

 BOUCHES DU RHONE  CHAMONIX-MONT-BLANC  COMPAGNIE DU MONT BLANC

 LES 2 ALPES 3600  Doubs
Tourisme
Comité Départemental

 FOIRE DE CHALONS  FRANCO FOLIES
La Rochelle  Le Tour de France

 PARIS
Office du Tourisme
et des Congrès  Fête des Remparts

 FÊTE DES LUMIÈRES



« Chez Klépierre, nous avons une démarche tournée vers l'innovation pour inventer le commerce de demain et mettre en place l'écosystème phygital qui fera le succès de nos enseignes. »

Delphine Beer-Gabel
Directrice Brand Development de Klépierre



« L'amélioration de notre connaissance des flux à l'échelle d'un territoire local constitue un enjeu extrêmement précieux pour restructurer et concevoir des systèmes globaux de mobilité à un niveau territorial. »

Véronique Berthault
Responsable des Programmes de Recherche et Innovation RATP



« Ce dispositif offre une vision sans précédent de la dynamique du territoire et permet une approche nouvelle de type zone de chalandise. »

Jean Pierre Serra
Président de Tourisme & Territoires

Merci!

Questions?



**Business
Services**

Marcelo Pimont Strambi
Flux Vision International Project Manager
marcelo.pimontstrambi@orange.com



Flux de visiteurs

- Nombre d'arrivées de visiteurs
- Nombre départs de visiteurs
- Les excursions

Hébergement

- Nombre de nuitées
- Distribution par durée de séjour

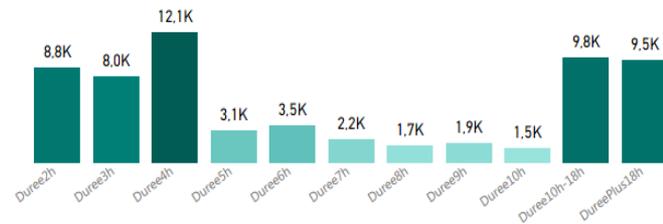
Volume des visiteurs uniques

- Les volumes de visiteurs uniques sur les derniers 21 jours
- Les volumes de visiteurs uniques sur les derniers 28 jours

Segmentation

- Résidents du département
- Saisonniers
- Excursionnistes et Transit
- Autres visiteurs français
- Visiteurs internationaux

Durée de présence moyenne des visiteurs



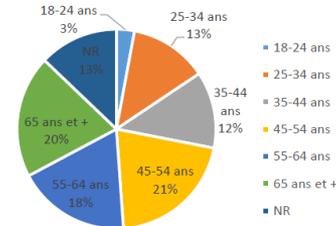
Indicateurs Standard

Provenance des visiteurs

- Visiteurs français par département de résidence*
- Visiteurs étrangers par nationalités**

Profil sociodémographiques des visiteurs français*

- Répartition par tranche d'âges
- Répartition homme/femme
- Application de la segmentation GeoLife d'Orange



* Données du porteur du contrat mobile

** à partir de la nationalité de la carte SIM

Les bénéfices de Flux Vision

Amélioration connaissance client

- Provenance des touristes (départements, régions, étranger..)
- Durée de présence des touristes
- Rythme de fréquentation (nuitées, séjour, ..)

Optimisation de l'organisation de l'accueil

- Ajustement des communications en fonction des lieux, profils...
- Dimensionnement des personnels d'accueil , ajustement des approvisionnements (matériels, ..) en fonction des affluences
- Adaptation des infrastructures (ex : parking, office de tourisme, transports locaux, sécurité ...)

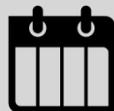
1

2



Les 7 options personnalisées

Configurer les indicateurs selon les spécificités de son territoire



Multi zones *

Point de passage *

Livraison hebdomadaire

Mobilité inter-domaines *

Evènement touristique

Provenance proche

Etude printemps-automne

Découpage du territoire de la station en plusieurs zones d'études

(5 zones maximum)

Etudes des points de passage des principaux flux de touristes : aéroports, gares, autoroutes,...

Livraison chaque semaine

Etude de la mobilité en journée des dormants sur la station dans les domaines voisins (10 maximum)

Analyse des événements festifs sur le domaine skiable

Lieux de provenance des visiteurs au sein du département

Etude étendue de la fermeture du domaine skiable jusqu'à sa réouverture, (indicateurs = l'offre standard) 2 livraisons pendant cette période

Les 7 options personnalisées

Configurer les indicateurs selon les spécificités de son territoire

Indicateurs

- Lieux de visites en journée 9h-17h des touristes hébergés sur chaque station ou domaine étudié
- Jusqu'à 10 zones domaines ou stations observables

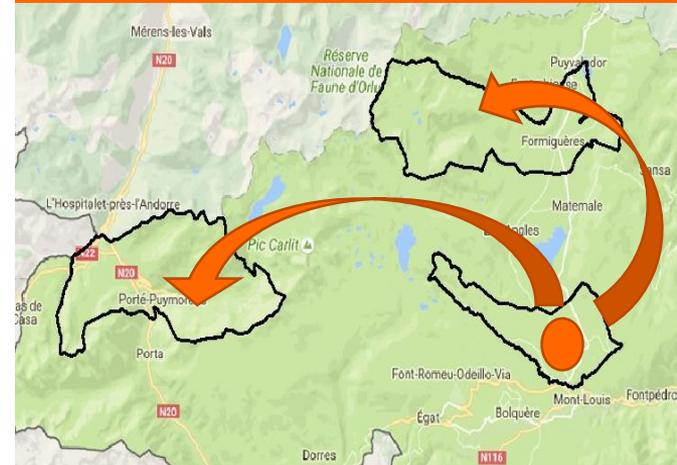
Analyses types

- Où vont skier les touristes hébergés sur telle station ?
- Où sont hébergés les skieurs observés sur tel domaine en journée ?
- Combien de skieurs ont été observés à la fois sur ces deux stations dans la même journée ?
- Les profils seront également disponibles si les volumes sont suffisamment importants (Région/ CSP Geolife/Age)



Mobilité inter-domaines /stations

Etude de la mobilité en journée des dormants sur la station



Les 7 options personnalisées

Configurer les indicateurs selon les spécificités de son territoire

Indicateurs

- Lieux de nuitée précédente des touristes dormant sur la station sur le département.
- Lieu de nuitée précédente des excursionnistes sur la station sur le département.

Jusqu'à 10 zones de provenances dans le département

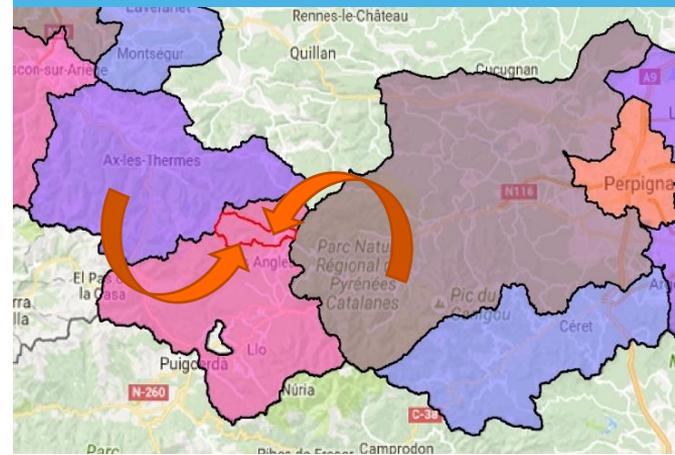
Analyses types

- D'où viennent les skieurs journée (excursionnistes) de mon département ou ma région ?
- D'où viennent les touristes (hébergés) de mon département ou ma région ?
- Les profils seront également disponibles si les volumes sont suffisamment importants (Région/ CSP Geolife/Age)



Provenance proche

Lieux de provenance des visiteurs au sein du département



Les 7 options personnalisées

Configurer les indicateurs selon les spécificités de son territoire

Indicateurs

- Fréquentation à la journée de l'évènement
- Fréquentation par pas de temps de 2H de l'évènement
- Volumes de visiteurs uniques de 2 à 14 jours
- Lieu de nuitées des visiteurs sur la station
- Provenance et profil des visiteurs



Evènement touristique

Analyse des événements festifs sur
le domaine skiable

