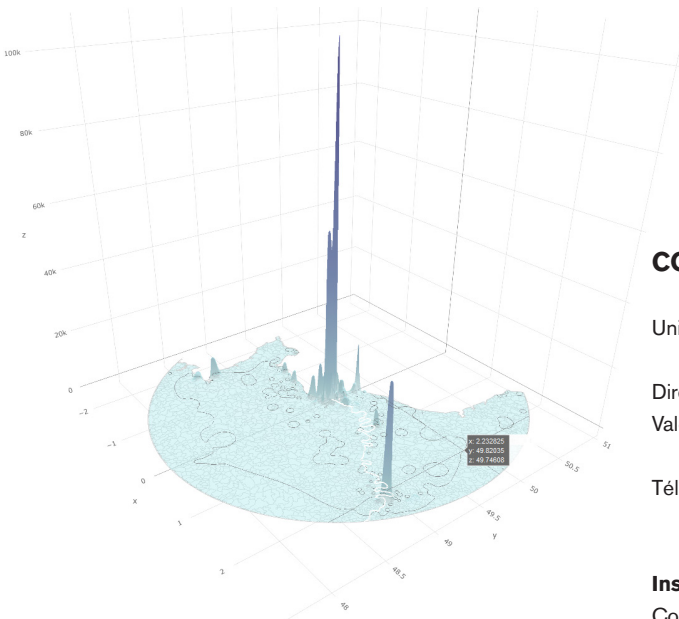




**Illustration - Représentation graphique et spatiale de la fréquentation touristique en Normandie :**



**CONTACT :**

Université Le Havre Normandie

Direction de la Recherche de la  
Valorisation et des Études Doctorales

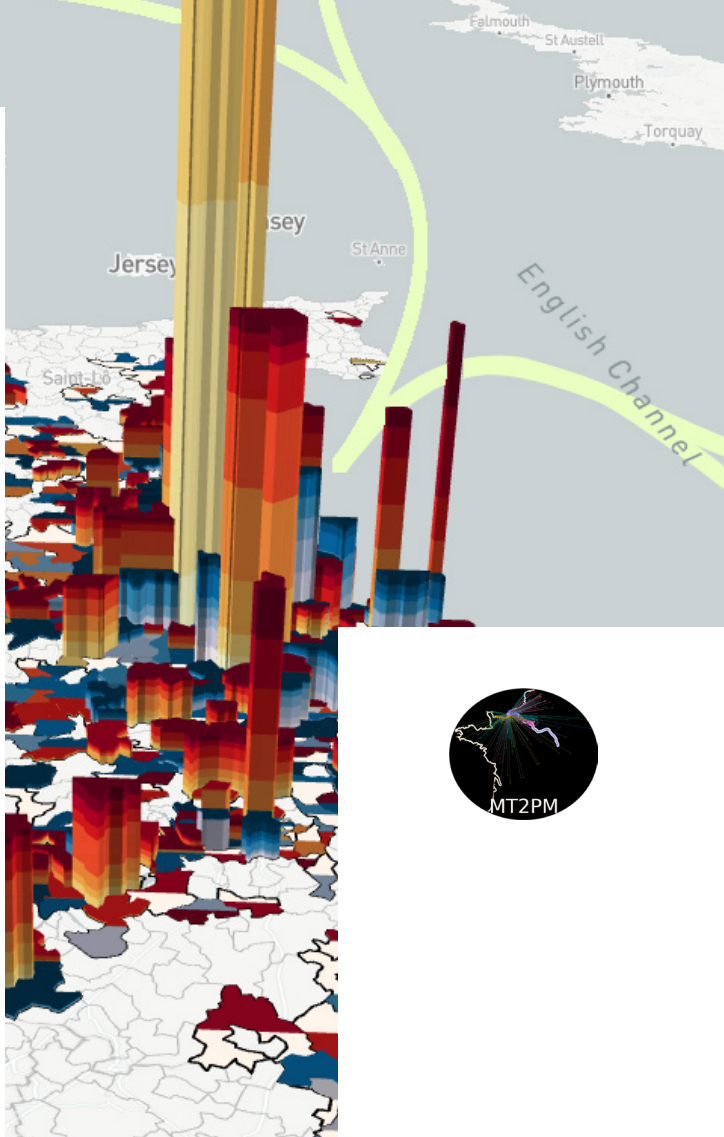
Tél : +33 (0)2 32 74 40 46

**Inscription obligatoire par mail :**  
Courriel : [fanny.leger-leterc@univ-lehavre.fr](mailto:fanny.leger-leterc@univ-lehavre.fr)

**RENCONTRE  
SCIENTIFIQUE ET  
D'INNOVATION**

**INFORMATIONS  
NUMÉRIQUES  
GÉOLOCALISÉES  
ET FRÉQUENTATION  
TOURISTIQUE EN  
NORMANDIE**

# **TERRITOIRES DE DEMAIN**



**10 septembre  
2021  
à partir de 9h**

**Port Center,  
Le Havre**

# TERRITOIRES DE DEMAIN

## RENCONTRE SCIENTIFIQUE ET D'INNOVATION

Les journées « territoires de demain » sont portées depuis 2017 par un consortium de chercheurs et ingénieurs normands. Elles ont pour vocation de susciter des échanges autour de l'intelligence territoriale afin d'améliorer la compréhension des usages des territoires et des dynamiques de mobilité des populations.

### **Journée d'étude du 10 Septembre 2021 : Informations numériques géolocalisées et fréquentation touristique en Normandie**

Cette journée porte sur la pertinence de l'utilisation des données numériques (téléphonie mobile, réseaux sociaux) pour améliorer la connaissance des pratiques touristiques en Normandie, des flux de visiteurs, des tendances de notoriété des sites et des lieux d'accueil.

Les présentations explorent la complémentarité entre, l'information offerte par différentes sources numériques géolocalisées, et les statistiques officielles connues sur le tourisme et la mobilité en Normandie. Les analyses et les visualisations issues de ces travaux de recherche interrogent plusieurs aspects. Un premier objectif est d'améliorer la compréhension du potentiel touristique en Normandie à partir du croisement de différentes sources d'informations numériques qui rendent compte de la réalité des pratiques touristiques dans les territoires. Ces fréquentations sont restituées sous forme de visualisations interactives. Le second objectif consiste à compléter l'information sur la notoriété perçue des sites. Ces données sont exploitées pour enrichir la connaissance des points d'intérêt territoriaux privilégiés par les visiteurs étrangers (sites reconnus et sites émergents), basés sur leurs fréquentations de lieux en Normandie, et leurs déplacements préférentiels. Un dernier objectif visé consiste à renseigner les comportements de mobilité d'une population spécifique de visiteurs comme les croisiéristes en escale en Normandie.

Les thématiques et questions présentées lors de cette journée s'appuieront sur les résultats du projet de recherche MT2PM « Modélisation des mobilités terrestres des passagers maritimes » (<https://umr-idees.fr/2020/12/07/rin-mt2pm-modelisation-des-mobilites-terrestres-des-passagers-maritimes/>) financé par la Région Normandie (Réseaux d'Intérêt Normand), et labellisé par le pôle de compétitivité TES et par HAROPA.

# PROGRAMME DE LA JOURNÉE

- **9h00 : Accueil Interventions de Caroline MAURAND (Le Havre Smart Port City), Cyril CHEDOT (HAROPA), Christophe CHAUVIN (pôle TES)**
- **9h30 : Introduction de la journée et du programme MT2PM - Françoise LUCCHINI**
- **9h45 : Atelier 1 : Potentialités des nouvelles données numériques géoréférencées pour analyser les activités des croisiéristes**
- **10h45 : Pause - café**
- **11h00 : Atelier 2 : Applications aux mouvements des croisiéristes en escale au Havre**
- **12h00 : Conclusions et perspectives - Bernard ELISSALDE**
- **12h15 : Déjeuner offert aux participants**
- **15h15 : Visite du port du Havre**

Quatre axes de questionnement guideront les débats en s'appuyant sur les plateformes de visualisation graphique, les analyses et les simulations numériques développées par le consortium de recherche.

## **QUESTION 1**

Quels niveaux de perception du potentiel touristique sont produits par les données issues de Google trend, Normandie tourisme, Twitter (tweets déclaratifs et tweets de mobilité) ? Vers quels sites touristiques se projettent les usagers de ces plateformes ?

## **QUESTION 2**

Quel est le degré d'adéquation entre les points d'intérêt touristiques répertoriés sur les différents sites numériques et la présence réelle de visiteurs étrangers ?

## **QUESTION 3**

Quels sont les lieux privilégiés par les visiteurs étrangers en Normandie ?

## **QUESTION 4**

Quels sont les apports et les limites des données de téléphonie mobile (Flux vision) ou de réseaux sociaux pour cerner les comportements d'une population spécifique de visiteurs étrangers comme les « croisiéristes » ?