

OBSERVATOIRE
DONNÉES
AU SERVICE
DU TERRITOIRE

DOSSIER DE PRESSE

2 juillet 2019

SOMMAIRE

LES DONNÉES BANCAIRES POUR SERVIR L'INTÉRÊT GÉNÉRAL	4
TOP 5 DES RÉGIONS les plus prisées par la clientèle internationale	5-7
TOP 10 DES DÉPARTEMENTS les plus fréquentés par les étrangers	8
2019 : UN 1 ^{ER} BILAN EN DEMI-TEINTE	8
MÉTHODE	10
À PROPOS	11

LES DONNÉES BANCAIRES POUR SERVIR L'INTÉRÊT GÉNÉRAL



André Joffre
*Président
de la Fédération Nationale
des Banques Populaires*

Les Banques Populaires ont une place particulière dans le développement économique de la France : créées il y a plus de 100 ans par des artisans et des commerçants, elles sont coopératives et le partenaire financier de plus de 41% des entreprises françaises. C'est dire leur intimité avec les acteurs du développement économique des territoires.

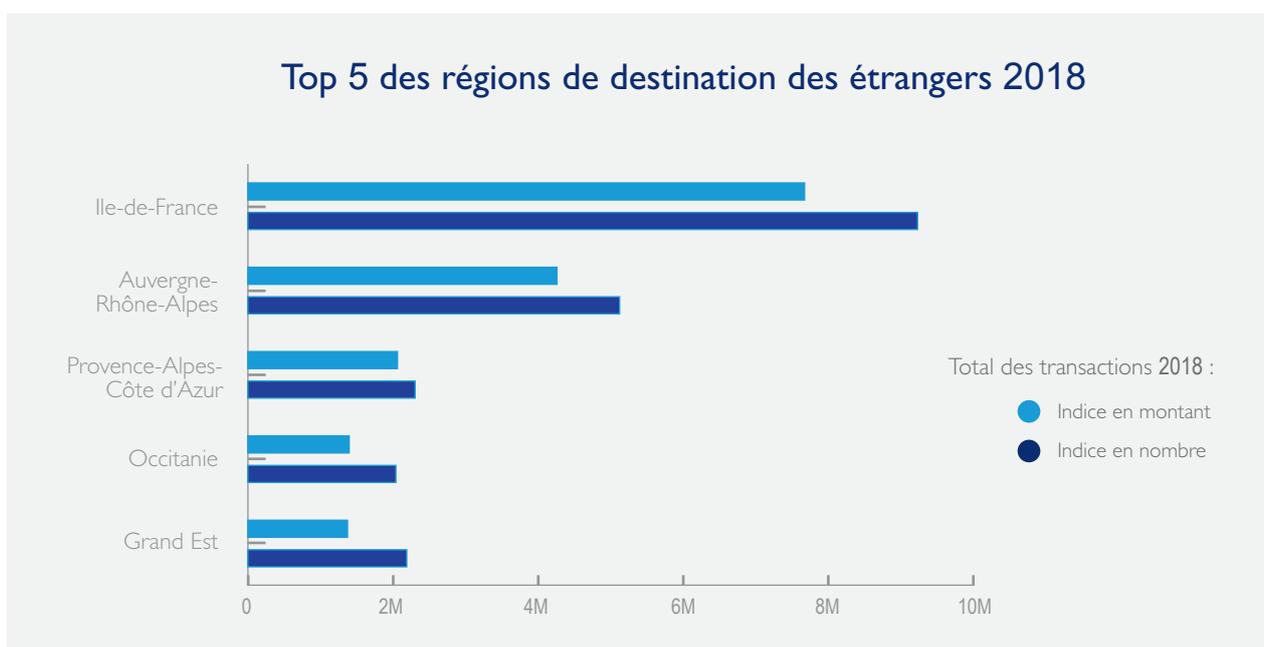
Aujourd'hui, les Banques Populaires et leur Fédération, en collaboration avec Natixis Payments, ont décidé d'aller plus loin en libérant et mettant à disposition des acteurs et décideurs locaux leurs données utiles à la création de richesse en régions. Et ceci dans un cadre éthique et responsable, et en les mettant à jour, quasiment en temps réel.

La maîtrise des données demeure un enjeu essentiel et les possibilités d'utilisation semblent vertigineuses compte tenu des analyses, des partages ou des croisements possibles. Plus de 1,2 milliard de transactions annuelles, effectuées par des porteurs de cartes bancaires depuis 2017, chez les 400 000 commerçants, artisans possédant un contrat d'acceptation monétique avec Banque Populaire, ont ainsi été analysées. Les données utilisées sont agrégées, anonymisées et indicées afin de garantir confidentialité et sécurité absolue. Résultat : nous avons, dans un premier cas d'usage, isolé et dressé un portrait du comportement économique des étrangers en France. Quelles sont leurs régions de visite favorites ? Comment leurs comportements évoluent dans le temps... ?

Les Anglais et les Allemands raffolent de la France, et particulièrement de la capitale. La clientèle étrangère n'a jamais été aussi présente en 2018. Elle aurait pu l'être probablement davantage sur la fin de l'année compte tenu de la conjoncture difficile, liée aux mouvements sociaux des Gilets jaunes. Cet enseignement, qui ressort de notre Observatoire des données au service du territoire, constitue un éclairage nouveau. Il résulte de notre démarche open data, entamée en 2017. Libérer ses données, c'est donner l'accès à l'information et la fiabiliser. Mieux encore : c'est donner la possibilité à chacun de les réutiliser, en favorisant l'émergence de projets et de nouvelles initiatives au bénéfice des territoires. C'est ainsi que les Banques Populaires conçoivent leur métier.

TOP 5 DES RÉGIONS LES PLUS PRISÉES PAR LA CLIENTÈLE INTERNATIONALE

La France reste, en 2018, en tête des destinations touristiques mondiales. Pourtant, toutes les régions ne tirent pas leur épingle du jeu de manière équivalente, si l'on considère la fréquentation et les dépenses réalisées par les touristes dans les régions françaises.



1

Ile-de-France

L'Ile-de-France reconquiert les touristes perdus en 2016 en raison du risque d'attentats, et enregistre en 2018 une hausse de sa fréquentation touristique de 12,8% en montant par rapport à 2017. La croissance a été portée principalement par les touristes non résidents, notamment britanniques (+50% de dépenses réalisées en 2018) et Allemands (+44,4% en montant dépensé). La région est également prisée des Américains (15% des dépenses), des Italiens, des Espagnols, mais aussi des Canadiens. La fréquentation des visiteurs suisses, russes et chinois, qui s'était redressée en 2017, progresse moins cette année.

La capitale et ses alentours continuent d'attirer les foules, confirmant ainsi le rayonnement international de la destination francilienne. La fréquentation de bon nombre de sites emblématiques de la région a bondi. Selon le bilan 2018 du comité régional du Tourisme Paris Ile-de-France, c'est notamment le cas du Louvre, du domaine de Versailles, du Centre Pompidou, ou encore du château de Vincennes.

2

Auvergne-Rhône-Alpes

La région Auvergne-Rhône-Alpes est la deuxième plus fréquentée de France en 2018 avec 18% des dépenses. Les départements de Savoie, Haute-Savoie et du Rhône se placent en tête. Les domaines de ski ont réalisé une excellente activité en février et en mars. Une grande majorité des professionnels de la région ont par ailleurs enregistré de bons scores pendant la saison estivale, et notamment pendant le mois de juillet. La raison ? Les excellentes conditions météorologiques et la canicule ont boosté la fréquentation des destinations d'altitude garantissant un peu de fraîcheur.

La région reste la destination préférée des Anglais (24% de dépenses), des Allemands (plus forte progression en 2018 avec +21%) - notamment pendant la saison hivernale -, des Espagnols (+9,7%), des Américains (+8,7%), des Belges (+3,7%), et de moins en moins celle des Suédois (-5,3%) et des Italiens (-1,7%).

Provence-Alpes-Côte d'Azur

C'est la troisième région la plus visitée en 2018 avec 11,2% des dépenses. Après l'attentat de Nice le 14 juillet 2016, le tourisme sur la Côte d'Azur a confirmé en 2018 le bon niveau retrouvé en 2017. La demande étrangère continue à tirer la fréquentation estivale. Les vacanciers sont également venus nombreux pendant l'hiver, en février et mars principalement. Le bilan des stations de ski de la région montre en effet une belle embellie.

Les touristes allemands (+10% par rapport à 2017), belges et britanniques (+4%) sont les plus nombreux à venir dans les Alpes-Maritimes et en Provence, devant les clients venus d'Italie, des Pays-Bas et d'Espagne (en croissance de +11%). Il est intéressant de noter la poursuite de la croissance pour le marché américain (+2%) et la baisse en 2018 des Suédois, des Norvégiens et des Russes (-22%).

Occitanie

La région se place au quatrième rang des destinations les plus touristiques, et enregistre en 2018 une croissance de 14% en nombre par rapport à 2017. Les départements de l'Hérault et des Pyrénées-Orientales trustent les premières places du classement des départements de l'Occitanie. Les touristes européens, à savoir les Britanniques, les Belges, les Espagnols, les Néerlandais et les Allemands sont très largement représentés. Ils profitent largement du développement des lignes aériennes low-cost. Les américains et dans une moindre mesure les canadiens ont également porté la destination en 2018. La ville de Lourdes, dans les Hautes-Pyrénées, soutient l'activité touristique de l'Occitanie, profitant de plusieurs événements comme les grands pèlerinages, ou l'accueil du Tour de France cycliste. Les Pyrénées ont par ailleurs connu un bel été sous l'effet canicule qui a poussé les touristes à venir y rechercher de la fraîcheur. Malgré les fortes températures, les métropoles de Toulouse et de Montpellier ont également tiré leur épingle du jeu grâce à l'offre culturelle et les animations proposées.

Dans les Hauts-de-France, il n'y a pas encore d'effet Brexit



Grégory Stanislawski
Direction des
Études, CCI des
Hauts-de-France

Les chiffres sont plutôt rassurants. Le Brexit ne menacerait pas encore les professionnels du tourisme français. Dans les Hauts-de-France, les britanniques représentent 40% des nuitées étrangères. Ces touristes sont particulièrement friands des villages pittoresques et des paysages sauvages de la Côte d'Opale, puisque 43% de la clientèle de cette région côtière est britannique. « L'analyse des chiffres de transaction carte bleue de l'observatoire Banque Populaire de la clientèle britannique en Hauts-de-France est un indicateur, parmi d'autres, permettant d'apprécier l'effet Brexit sur la fréquentation britannique, indique Grégory Stanislawski, de la Direction Régionale des Études au sein de la CCI des Hauts-de-

France. On constate une forte croissance par rapport à 2017. Les indices montant et nombre des transactions ont respectivement augmenté de 32% et 47% en un an en région ».

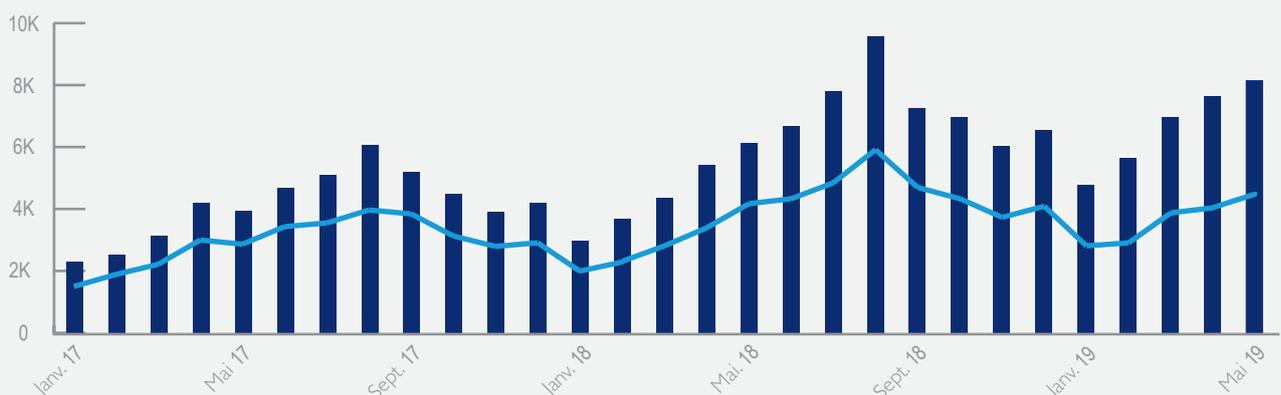
Les chiffres sont également encourageants pour 2019. « Au premier trimestre, les transactions réalisées par les Britanniques sont encore plus nombreuses qu'au premier trimestre 2018 avec un indice de croissance de 58%. L'indice en montant a également augmenté de 35% », constate Grégory Stanislawski. Des données qui vont permettre de rassurer les professionnels du tourisme, à la veille d'un Brexit dont les modalités restent toujours incertaines.

Les dépenses des ressortissants britanniques dans les Hauts-de-France

Total des transactions de janvier 2017 à mai 2019 :

● Indice en nombre

— Indice en montant



Grand Est

Une clientèle étrangère en croissance de plus de 10% en montant. C'est le score enregistré par la région Grand Est, pour qui l'année 2018 reste une bonne cuvée. Les meilleurs mois de l'année ont été les mois de juillet et d'août. Mais aussi celui de décembre. Les marchés de Noël ont attiré beaucoup de monde les premiers jours, avant d'enregistrer un creux de fréquentation à partir du

12 décembre 2018, le lendemain de l'attentat à Strasbourg. En 2018, les Luxembourgeois, Allemands, Belges, Suisses et Britanniques ont été les plus nombreux. La clientèle étrangère s'est retrouvée dans le Bas-Rhin, le Haut-Rhin et la Moselle. Les grandes agglomérations de la région, à savoir Troyes, Reims, Nancy et Strasbourg restent également sur une bonne dynamique.

Comment la région Grand Est peut-elle utiliser ces données ?



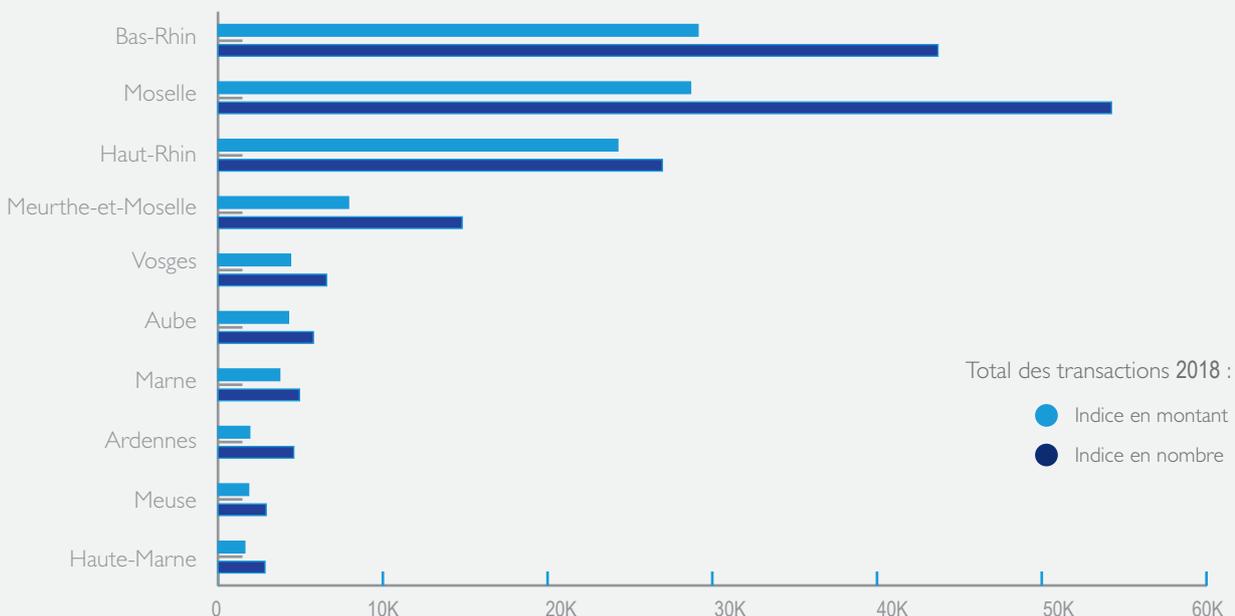
Michel Fick
Vice-président
« Partenariats socio-économiques et développement territorial » de l'Université de Lorraine

Michel Fick, vice-président en charge des partenariats socio-économiques et du développement territorial au sein de l'Université de Lorraine, voit un double intérêt à la démarche d'open data de l'Observatoire des données au service du territoire : « Cette démarche permet en premier lieu de former nos étudiants, futurs data scientists, sur des données réelles, exactes, et confirmées, et donc de davantage les captiver. C'est bien plus intéressant pour eux, se réjouit Michel Fick. On peut par exemple chercher, pour un département, l'évolution du nombre de transactions (ou du montant dépensé) par nationalité, avec l'évolution dans le temps. Ainsi, on pourrait regarder si la célébration du centenaire de la Première Guerre

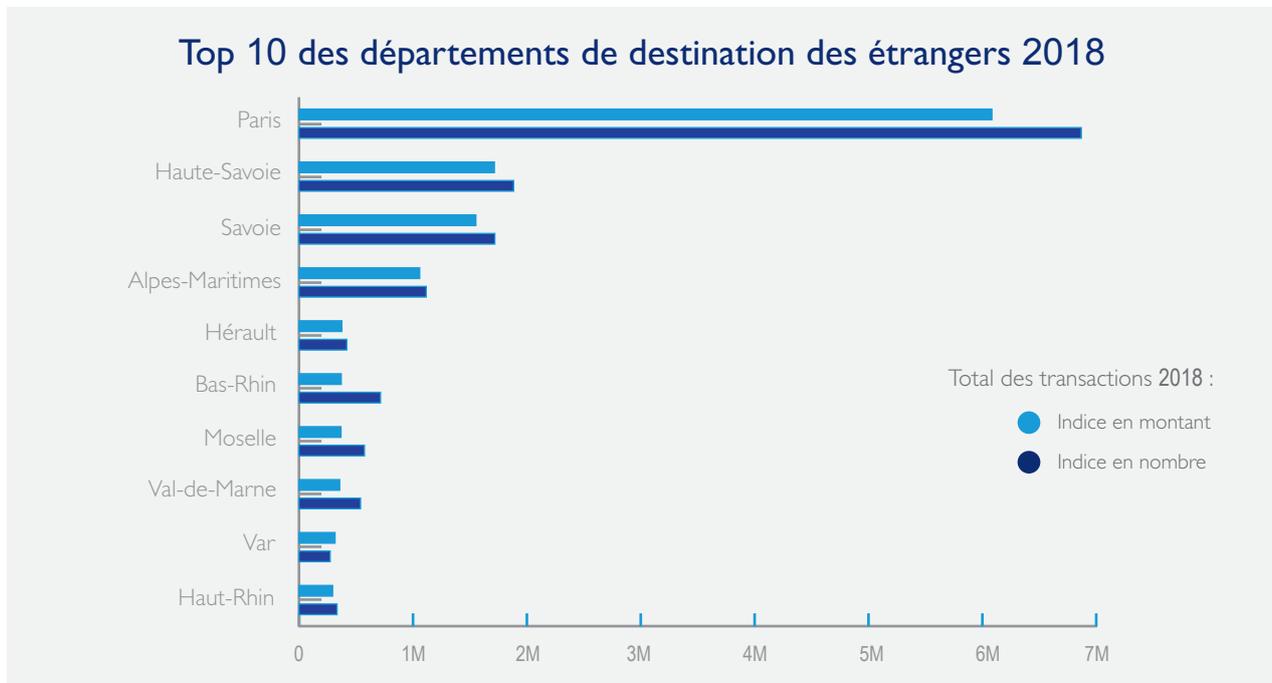
mondiale a drainé un public anglais, canadien, australien, américain... ».

Le second intérêt de ces jeux de données ? Permettre à la communauté des chercheurs de créer encore plus de synergies avec les entreprises. « C'est du pain bénit pour les chercheurs. Ils vont pouvoir développer des modèles, simuler ce qui s'est passé sur un secteur géographique, montrer aux entreprises régionales comment il est possible d'utiliser des données, pour les acculturer à la gestion des big data et leur faire apprécier tout le potentiel de cette démarche pour de futures applications qui les concerneront plus directement », conclut Michel Fick.

Les départements les plus prisés dans la région Grand Est en 2018



TOP 10 DES DÉPARTEMENTS LES PLUS FRÉQUENTÉS PAR LES ÉTRANGERS



Sans grande surprise, Paris se place en première position de ce palmarès. La capitale ayant accueilli un nombre de touristes record en 2018, avec pour la première fois davantage d'étrangers que de Français, selon le Comité Régional du Tourisme Paris (CRT) Île-de-France. La Haute-Savoie et la Savoie se placent sur la deuxième et troisième marche du podium, séduisant été comme hiver les touristes étrangers. Le département du Val-de-Marne,

qui se situe à la 8^e place, est en plein essor (+16% de touristes entre 2017 et 2018). Son image de « département de l'eau », ses nombreux parcs et châteaux attirent la curiosité.

Dans la suite du classement, il est intéressant de noter que le département des Hauts-de-Seine (92) fait son apparition dans le palmarès 2018, se plaçant à la 11^e position.

2019 : UN PREMIER BILAN EN DEMI-TEINTE

La France a battu en 2018 un nouveau record de fréquentation touristique, frôlant les 90 millions de visiteurs étrangers. Et ce, malgré les manifestations des Gilets jaunes en toute fin d'année. Certaines régions comme l'Île-de-France ont même battu des records de fréquentation. Les perspectives pour 2019 sont-elles aussi encourageantes ? Pas si sûr. La capitale enregistre au premier trimestre 2019 une baisse de 1,9% de l'indice montant des transactions. Une tendance confirmée par les chiffres de l'Insee publiés le 9 mai 2019. « Les nuitées diminuent nettement dans les hôtels situés en Île-de-France (-4,6%), pour la clientèle étrangère, probablement en lien avec le mouvement social des Gilets jaunes », note

Elisabeth Kremp, directrice du département synthèses sectorielles au sein de l'Insee. Au premier trimestre 2019 en France métropolitaine, toujours selon l'Insee, la fréquentation des hébergements collectifs touristiques, exprimée en nuitées, recule de 2,5 % par rapport au premier trimestre 2018. Cette baisse fait suite à plus de deux ans de hausse continue de la fréquentation touristique. Selon l'Observatoire Banque Populaire, le recul est particulièrement marqué en Provence-Alpes-Côte d'Azur (-5% pour l'indice en montant entre le premier trimestre 2018 et le premier trimestre 2019), en Corse (-3,9%) et en Occitanie (-0,4%).

« Une démarche novatrice dans le big data du tourisme »

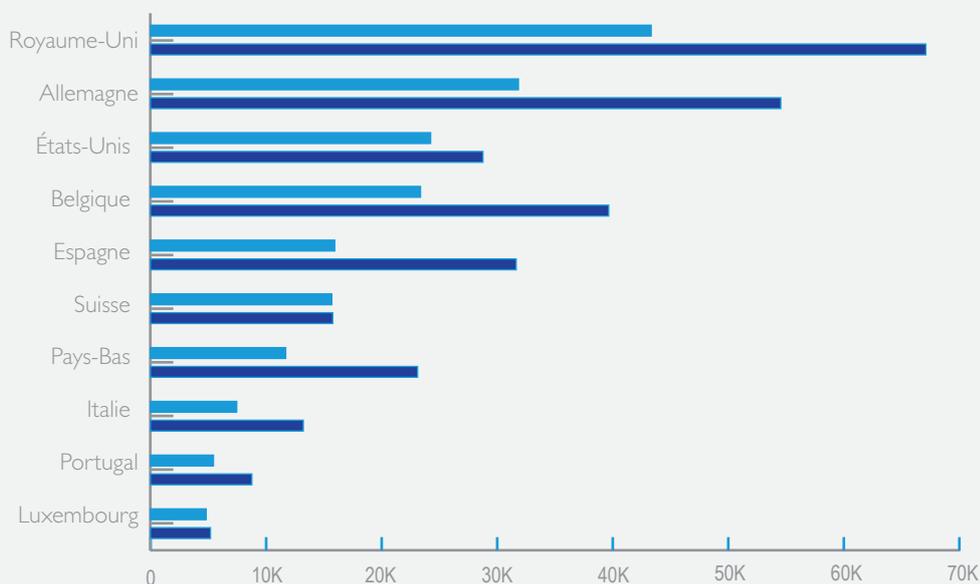


Clément Pamelard
Responsable marketing
au sein de l'office
de tourisme de
Bordeaux

Historiquement en Gironde, les touristes espagnols sont les plus nombreux mais pas forcément les plus dépensiers. En tout cas, ils le sont moins que les Américains, ou que les Britanniques qui représentent 18% des dépenses sur le département de la Gironde. Ces données, Clément Pamelard, responsable marketing au sein de l'office de tourisme de Bordeaux, les a obtenues en manipulant l'Observatoire des données au service du territoire. « Il est très intéressant de connaître les nationalités qui engendrent le plus de retombées économiques en Gironde, de se rendre compte de la répartition des transactions réalisées sur notre territoire et de les comparer aux années précédentes, confie Clément Pamelard. En croisant ces données avec nos chiffres, et notre outil de billetterie, cela nous permet de conforter l'identité des touristes présents dans notre région ».

Autre point fort de l'observatoire : sa capacité à offrir aux acteurs locaux des analyses de comportement économique sur leur territoire et de les comparer à l'échelle nationale. « Nous pouvons par exemple positionner la destination à l'échelle nationale, et voir que la clientèle américaine est surreprésentée (10% contre 9% au niveau national). Nous pouvons également voir les marchés sur lesquels nous sommes sous performants. Ce qui nous permet de mettre en place des actions pour séduire les clientèles moins dynamiques », poursuit Clément Pamelard. Pour cet expert, « cette démarche est résolument novatrice dans le big data du tourisme. C'est une première étape qu'il va falloir approfondir ».

Top 10 des pays d'origine 2018 en Gironde



Total des transactions 2018 :

- Indice en montant
- Indice en nombre

MÉTHODE

Périmètre

Réseau Banque Populaire : 3 300 agences, 41% des entreprises françaises clientes à titre principal ou secondaire (source Kantar TNS 2017).

Source

1,2 milliard de transactions commerçants comptabilisées chaque année depuis janvier 2017 (source Natixis Payments), y compris les paiements sans contact, mais hors e-commerce (prépaiements en ligne et virement) et paiements en espèce.

Il s'agit des paiements effectués en proximité chez les 400 000 commerçants, artisans, etc. qui ont un contrat d'acceptation monétique avec Banque Populaire.

Comment lire ces chiffres ?

Un indice mensuel en volume (nombre de transactions) et en valeur (montant des transactions) – base 1 000 000 en janvier 2017 – a été déterminé sur la base des codes IIN (Issuer Identification Number) qui permet de s'assurer du pays d'émission de la carte bancaire. L'indice est calculé sur la base du nombre de cartes de paiement étrangères distinctes utilisées pour les paiements.

Exemple : si les dépenses totales de proximité de janvier 2017 des étrangers représentaient 1 million de transactions (indice en nombre) ou 1 million d'euros (indice en montant), on constate que les paiements en provenance du Canada dans le département du Rhône (69) représentent 178 (en montant) et 337 (en nombre).

Comment sont-ils représentés visuellement ?

Par Origine : carte du monde par pays affichant la provenance des dépenses de proximité des étrangers par carte bancaire en nombre de transactions et montant des transactions. Il est possible de filtrer par département ou région de destination et de définir une période pour affiner la visualisation.

Par Destination : carte de France par département et/ou région affichant les dépenses de proximité des étrangers par carte bancaire en nombre de transactions et montant des transactions. Il est possible de filtrer par pays d'origine et de définir une période pour affiner la visualisation.

L'évolution permet d'afficher une représentation dynamique en utilisant toujours les mêmes filtres et les Tops les principaux contributeurs, par département et/ou région de destination ou par pays d'origine.

Plus de 100 jeux de données disponibles en Open data

Diffuser de manière simple ses données publiques au plus grand nombre, et inciter les autres entreprises à ouvrir leurs données pour mieux servir les intérêts de la société. Tel est l'objectif du Groupe BPCE, 2^e groupe bancaire en France en lançant sa démarche Open data en mars 2017. Hébergée par OpenDataSoft, cette plateforme publique donne accès gratuitement à plus de 100 jeux de données qui concernent aussi bien les données financières, la géolocalisation des agences, les démarches RSE ou encore les recrutements engagés au sein du groupe. C'est un outil simple d'utilisation qui peut être repris par des clients, des collaborateurs et des partenaires du groupe. Les jeux de données sont publiés en continu sous forme de catalogue, de graphiques, de cartes, et dans un format facilement réutilisable par tous.

Ces informations peuvent être téléchargées et utilisées en temps réel grâce à des fichiers Excel ou des APIs (interfaces de programmation applicative), et sont mises à la disposition de tous les publics, d'analystes, de journalistes, d'ONG, d'étudiants, de chercheurs et des entreprises. L'enjeu de cette démarche est double : stimuler l'innovation au sein du groupe, mais aussi favoriser l'échange de bonnes pratiques et d'idées avec d'autres entreprises. Pour donner vie à cette intelligence collective, le groupe BPCE organise aussi des Meetup avec des start-up et des grands groupes, lors desquels plusieurs cas d'usage sont présentés et discutés.

À PROPOS DE

Banque Populaire

Le réseau des Banques Populaires est constitué de 12 Banques Populaires en région, du Crédit Coopératif et de la CASDEN Banque Populaire. Coopératives et autonomes, ces banques exercent tous les métiers de la banque commerciale et de l'assurance dans une relation de proximité avec leurs clientèles. Banque Populaire, avec 9,3 millions de clients (dont 4,4 millions de sociétaires) fait partie du Groupe BPCE, 2^e groupe bancaire en France.

Fédération Nationale des Banques Populaires

La Fédération Nationale des Banques Populaires (FNBP) est l'instance de réflexion, d'expression et de représentation du réseau des Banques Populaires, de leurs dirigeants et de leurs sociétaires. Elle est le lieu où s'élaborent les positions communes à l'ensemble du réseau. Garante de l'identité et des valeurs des Banques Populaires, la FNBP valorise leurs actions sur leurs territoires, elle est force de proposition et d'orientation pour inspirer l'avenir.

Natixis Payments

Natixis Payments offre des solutions sur mesure et orientées utilisateur au secteur du retail, aux entreprises, PME, pouvoirs publics, associations, institutions financières, fintechs et particuliers en Europe.

Au sein du Groupe BPCE, Natixis Payments, s'appuie à la fois sur un socle technologique robuste, sur ses fintechs et ses équipes d'experts pour développer une gamme complète de solutions, en interne et avec des partenaires soigneusement sélectionnés. Elle intervient sur l'ensemble de la chaîne de valeur des paiements, de l'émission à l'acquisition, de l'e-paiement aux portemonnaies électroniques, en passant par les cartes prépayées.

Première à opérer Apple Pay, Samsung Pay et le paiement instantané en France et premier émetteur de cartes Visa en Europe continentale, Natixis Payments gère 22 millions de cartes et plus de 7 milliards de transactions par an.

Pour ses clients et leurs consommateurs Natixis Payments s'engage à construire chaque jour, de meilleures expériences de paiement.

Groupe BPCE

Le Groupe BPCE, avec son modèle de banque coopérative universelle, représenté par 9 millions de sociétaires, est le deuxième acteur bancaire en France. Avec 105 000 collaborateurs, il est au service de 30 millions de clients dans le monde, particuliers, professionnels, entreprises, investisseurs et collectivités locales. Il est présent dans la banque de proximité et l'assurance en France avec ses deux grands réseaux Banque Populaire et Caisse d'Épargne ainsi que la Banque Palatine. Il déploie également, avec Natixis, les métiers mondiaux de gestion d'actifs, de banque de grande clientèle et de paiements. A travers ce dispositif, il propose à ses clients une offre complète et diversifiée : solutions d'épargne, de placement, de trésorerie, de financement, d'assurance et d'investissement. La solidité financière du groupe est reconnue par quatre agences de notation financière, Moody's (A1, perspective stable), Standard & Poor's (A+, perspective stable), Fitch (A+, perspective stable) et R&I (A, perspective positive).

L'Observatoire Banque Populaire sur les données au service du territoire est disponible à l'adresse :

<https://donnees-territoire.banquepopulaire.fr>

CONTACT PRESSE

FÉDÉRATION NATIONALE
DES BANQUES POPULAIRES

76-78, avenue de France - 75013 Paris

Béatrice Vignon

Directrice de la communication

01 58 40 46 23

06 07 47 52 80

beatrice.vignon@fnbp.banquepopulaire.fr