

**Colloque « Ré invention des Territoires  
touristiques »  
UNIL, Sion (CH) 13 & 14 septembre 2018**

**Une analyse économique de la fréquentation  
de la réplique de la caverne du Pont d'Arc et  
de ses effets sur le territoire local.**

**Louis JOB**

Professeur de Sciences Economiques  
IEP Grenoble et Laboratoire PACTE

# Objet de la communication

- De quoi parlons-nous ? Réinvention des territoires touristiques ? La réplique de la grotte ornée CHAUVET dénommée également caverne du Pont d'Arc s'inscrit-elle dans cette démarche ? La grotte ornée a été découverte en 1994 ; elle est datée de -36000 ans (Paléolithique supérieur) ; (Lascaux date de -17000 a), inscrite sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco en juin 2014. L'ouverture à la visite de la réplique date du printemps 2015 et la visite est payante (15 € adultes et 7,5 € pour les 10-17a)
- Quelle signification dans le cadre du tourisme en ARDECHE ? Réinvention ? Une dimension patrimoniale et culturelle qui s'ajoute (complète) les autres « atouts touristiques » de ce département. Un produit innovant parmi les différentes activités de ce territoire.
- Comment en parler : quels outils ? quelles méthodes ? Nous avons effectué un traitement statistique personnel de plusieurs données d'enquêtes et nous présentons une réflexion qui relève de l'économie. Bases de données : l'enquête réalisée par l'Agence de Développement Touristique (ADT) de l'Ardèche en 2016 sur le site de la réplique, l'enquête départementale réalisée en 2016 par l'ADT sur la fréquentation touristique de l'ensemble du Département, l'enquête mensuelle hôtellerie de l'INSEE. Les deux premières enquêtes sont des enquêtes en face à face. Nous avons retenu différents indicateurs et nous avons commencé l'étude par un travail de statistique descriptive, complétée par les graphiques associés et nous avons approfondi l'analyse en utilisant différents modèles statistiques et économiques.
- Ces différentes enquêtes comportent des informations qui sont complémentaires et nous avons utilisé les logiciels Excel et Stata V15 pour les traitements statistiques.
- Le(s) territoire local. De quoi allons-nous parler, à quel niveau d'observation : le RGP (INSEE) au niveau communal et une base de données des hébergements touristiques.
- Comment mesurer les différents effets (impacts) économiques et sur les territoires ? Comment utiliser les méthodes et outils de l'analyse économique ? Quel(s) indicateurs pour mesurer les impacts sur les territoires ?
- L'augmentation de l'attractivité d'un territoire et l'évolution possible vers un tourisme de masse ne risque-t-il pas de provoquer une détérioration de la qualité de ce territoire ?



# CAVERNE DU PONT D'ARC

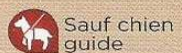
Les chefs d'œuvre de la  
GROTTE CHAUVET

RÉSERVATION EN LIGNE  
FORTEMENT CONSEILLÉE

OUVERT  
À L'ANNÉE



UN SITE  
ACCESSIBLE À TOUS



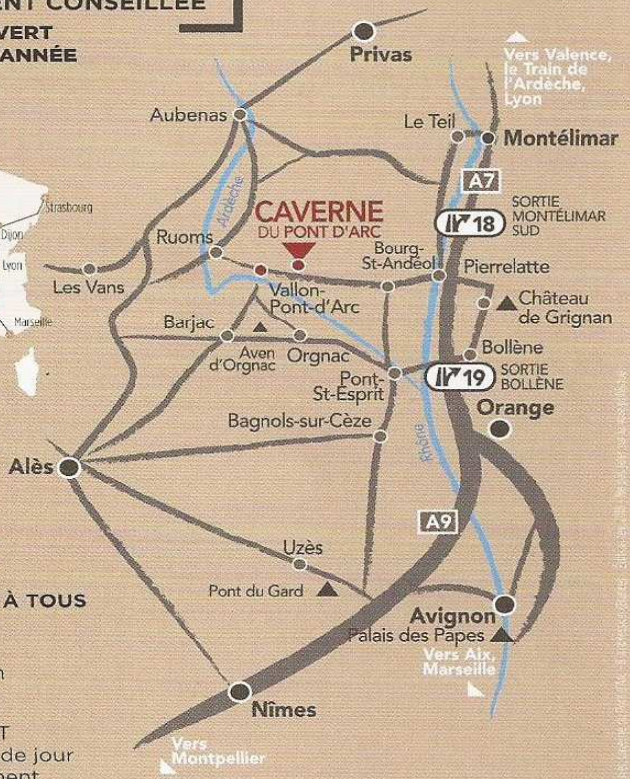
Sauf chien  
guide



GRATUIT  
parking de jour  
uniquement

TARIF PRÉFÉRENTIEL  
AVEC NOS PARTENAIRES :

Cité de la Préhistoire du Grand site  
de l'Aven d'Ornac / Pont du Gard.  
Sous conditions.



# Plan de la communication

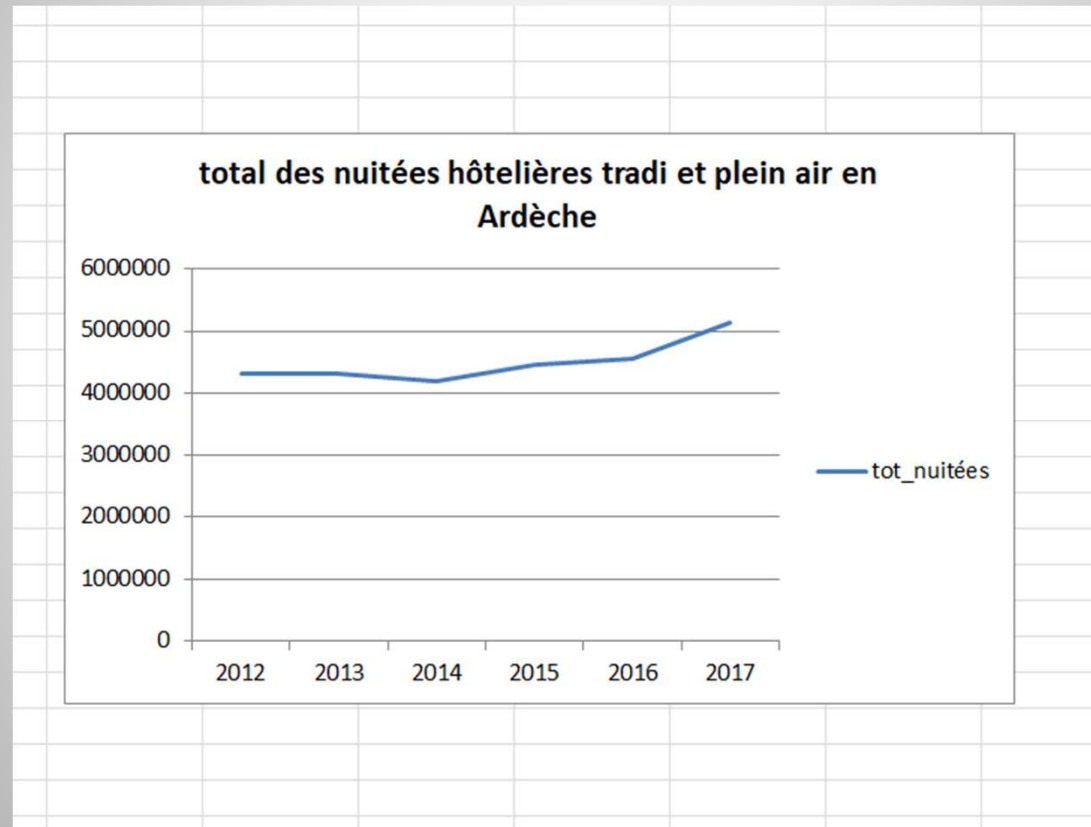
- Partie 1 : Le tourisme en Ardèche : les grandes caractéristiques
- Partie 2 : Présentation de notre première base de données, la méthodologie, nos sources et de quelques résultats obtenus.
- Partie 3 : L'enquête spécifique auprès des visiteurs de la réplique (notre base de données n°2) . Contenu, et les principaux enseignements.
- Partie 4 : Les analyses d'impacts : fréquentation touristique, effets économiques et impacts sur les territoires.

# Partie 1 : Le tourisme en Ardèche

- Quelques grandes caractéristiques du tourisme en Ardèche : ses principaux atouts (attributs) : en premier lieu, le cadre de vie, l'environnement préservé, les sites naturels, le calme, mais aussi le thermalisme, activités sportives de nature : canoë, randonnée, spéléo-escalade. Le patrimoine historique et architectural est 1 argument pour un nombre important de touristes. (réf.biblio, on verra : Langenbach, M, (2012) ; « Le marché du tourisme sportif.. », Thèse de Doctorat, Univ.Grenoble).  
Il faut souligner l'importance de l'hôtellerie de plein air, les hébergements marchand (hôtellerie traditionnelle, chambres d'hôtes) et non marchand (hébergement famille/amis, les résidences secondaires).
- La situation et la notoriété du tourisme en Ardèche.  
Notoriété et attractivité des sites (le Pont d'Arc, les gorges de l'Ardèche, les avens, les villages) (Le Pont d'Arc : voir presse Les plus beaux sites de la région « Le Dauphiné Libéré des 27 juillet 2018 et 1<sup>er</sup> sept.2018).  
La qualité du climat, du terroir.
- La notoriété de la Caverne du Pont d'Arc : \*\*\* (i.e vaut le voyage, c'est la meilleure notation) dans le guide vert Michelin (ed.2018) et il en est de même pour les gorges de l'Ardèche et pour l'Aven d'Orgnac.
- Quels touristes ? : des touristes originaires de la région (≈40%), des autres régions françaises et des étrangers (≈12%) : origine : Allemagne, Belgique, Suisse, Pays-Bas.  
Beaucoup de familles, différentes PCS, dont une forte représentation de retraités.
- La fréquentation s'accroît, la destination est attractive et il faut rester vigilant vis-à-vis des effets d'encombrement (tourisme de masse).
- Effets économiques au niveau de l'ensemble du département, la consommation touristique s'est élevée à 670 millions € en 2017 ; le panier moyen /jour et /personne est de 33,1 € et le tourisme représente 5% de l'emploi salarié total (source : Mémento du Tourisme, 2018).

# Les nuitées hôtelières en Ardèche et leur évolution

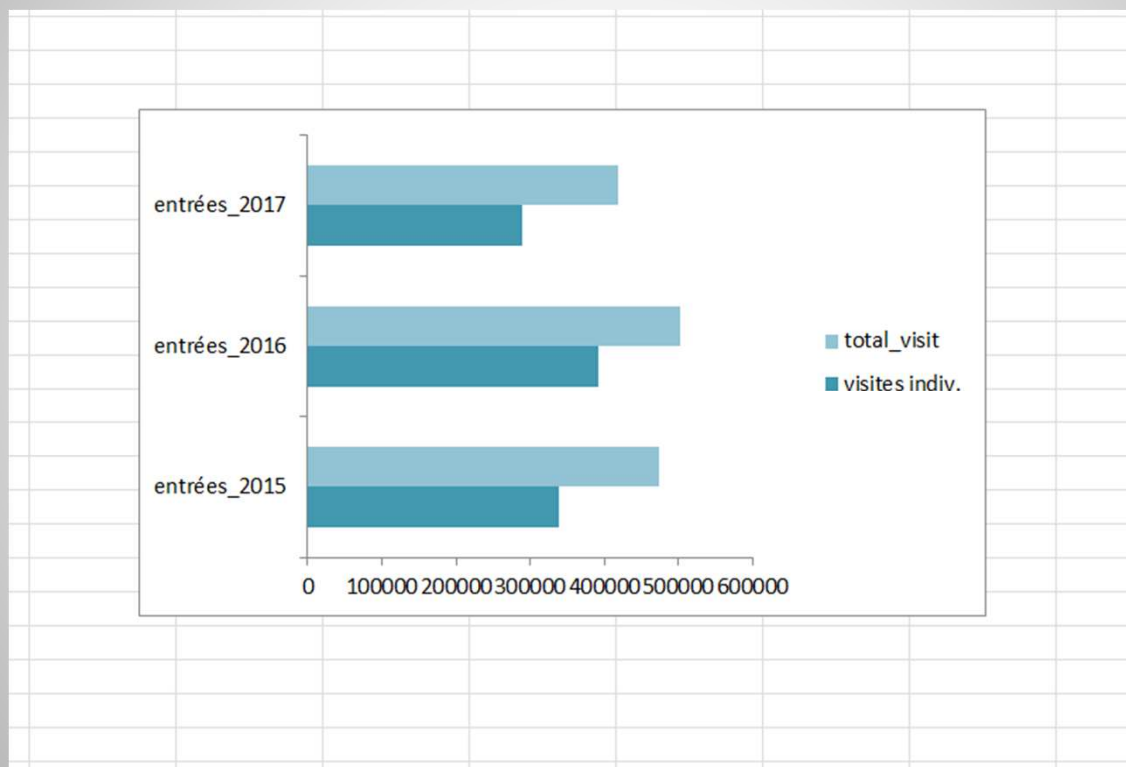
source des données : enquêtes INSEE



Précision : En 2017, total nuitée hôtellerie tradi : 634792 ; hôtellerie de plein air : 4504992, soit un poids relatif 7 fois plus élevé.

# Les visites de la réplique et leur évolution

source des données : SERCPA et ADT de l'Ardèche



Commentaire : En 2016, le nombre d'entrées s'élevait à 502.000, et il était de 418.178 en 2017.



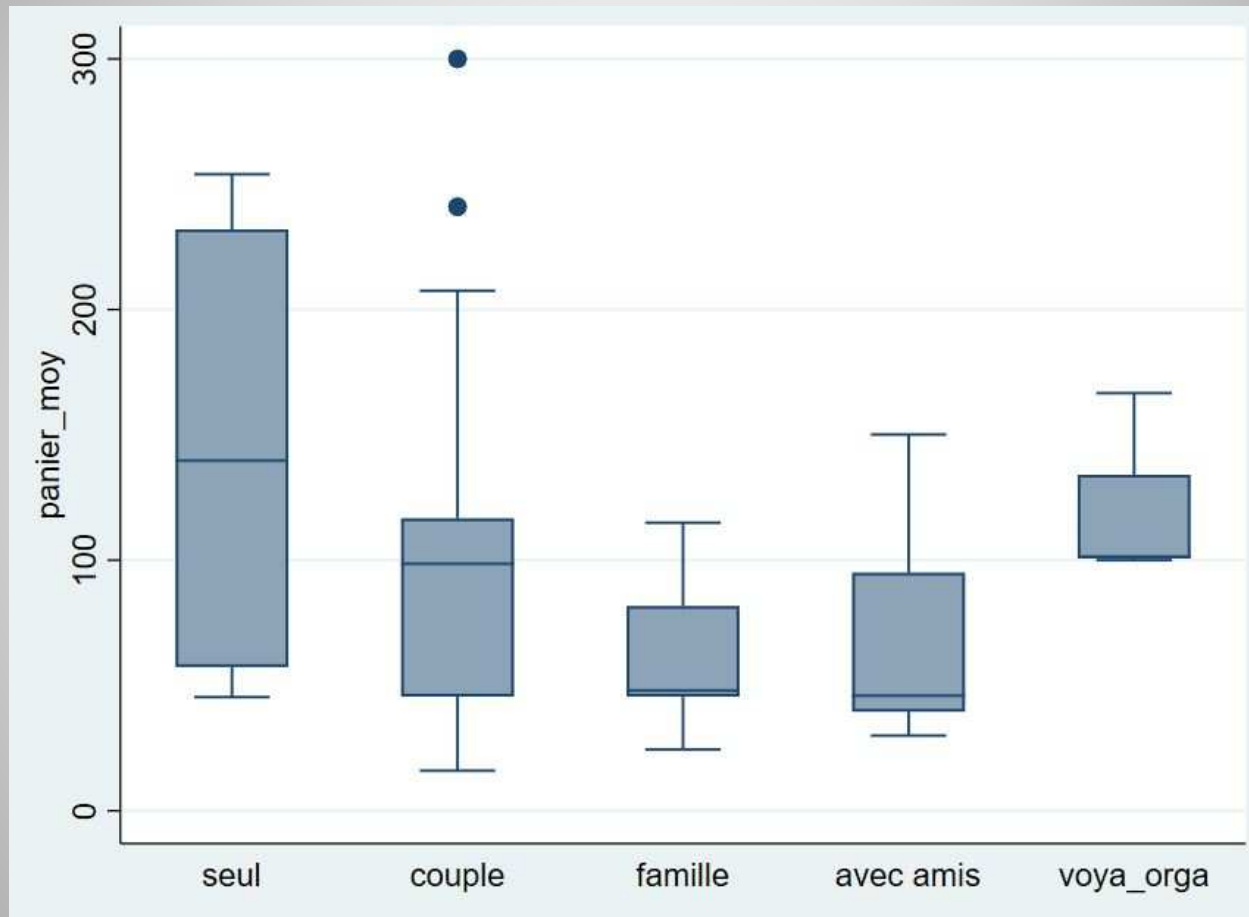
## Partie 2 :Présentation de notre première base de données (73 observ) et de quelques résultats obtenus.

- Point de départ : L'enquête clientèle de l'Ardèche réalisée d'avril à octobre 2016 (par un Cabinet d'études, source ADT 07).
- Nombre d'observations : 2183 réponses.
- Intérêt du questionnaire : des rubriques variées, des variables à modalités et des variables quantitatives. Les rubriques informent notamment sur le(s) motif(s) du séjour en Ardèche, les activités pratiquées pendant le séjour, le lieu de résidence pendant le séjour et le lieu de résidence permanent, la durée du séjour (nuitées), le mode d'hébergement, la PCS de l'enquêté, son âge et son genre, les types et les montants de ses dépenses pendant le séjour.
- Nous avons constitué une base de données de 73 observations qui ont exprimé le choix de la visite de la caverne comme déterminant de leurs séjours. Nous avons effectué un travail de statistique descriptive et une analyse en composantes principales sur les 73 observations. Cette dernière permet de mettre en évidence les corrélations les plus fortes entre les variables quantitatives, la dispersion des variables choisies, de déterminer des axes factoriels et de situer les variables et les observations par rapport à ces axes.

# Quelques résultats de cette enquête

- La visite de la réplique est le principal déterminant du séjour en Ardèche uniquement pour 73 personnes sur les 2183 observations.
- Quelques résultats de statistique descriptive :
- Nombre total de nuitées : 374 avec une durée moyenne : 5,12 nuitées et valeur modale : 2 nuitées.
- Distance entre lieu de séjour et la réplique : min = 5,4 kms, max = 120,2 kms. Distance moyenne : 17,3 kms, médiane = 6,4 kms et valeur modale = 5,5 kms.
- Panier moyen/j/pers  $\approx 85,5$  € (rappel : 33,1 € au niveau de la base qui renvoie à l'ensemble du département).
- Dépenses moyennes pendant le séjour  $\approx 1403$  € et valeur médiane  $\approx 635$  €.

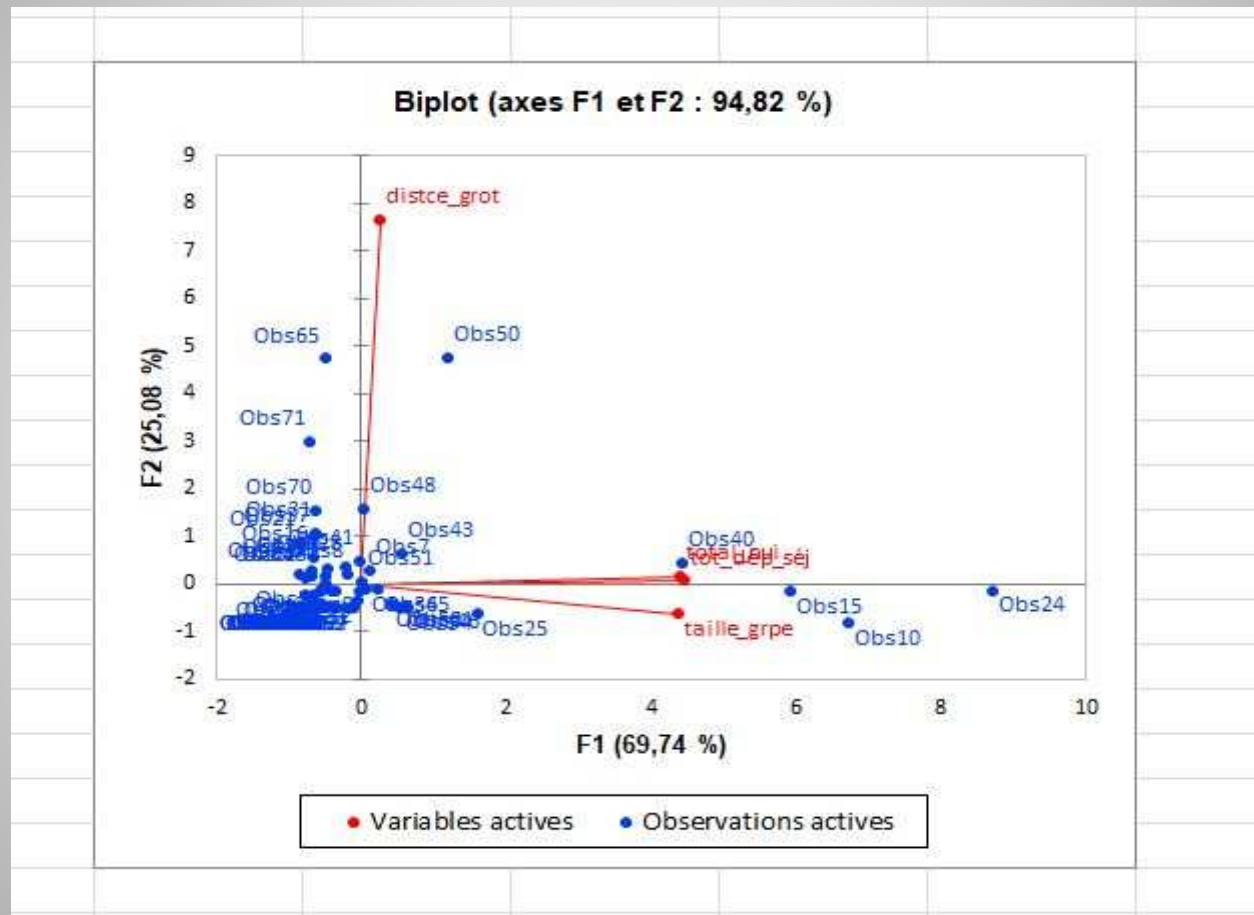
# Boîte à moustaches



# Analyse en composantes principales : objectifs et contenu de l'étude

- Rappel : notre base de données : un ensemble de 73 individus et 4 variables quantitatives (nb total des nuitées, le montant total des dépenses pendant le séjour, la taille du groupe et la distance entre le lieu de séjour et la réplique de la grotte).
- Objectifs : mettre en évidence les relations linéaires les plus fortes entre les variables choisies et expliquer la dispersion (la variance) de chaque variable.
- Déterminer les axes factoriels (les composantes principales) qui différencient le plus les individus entre eux.
- Ordonner les axes factoriels sur la base des valeurs propres de la matrice de corrélation
- Dans le travail que nous présentons, 2 axes (facteurs, composantes principales) qui représentent 94,8% de la variance totale.

# Graphe : Les observations par rapport aux composantes principales



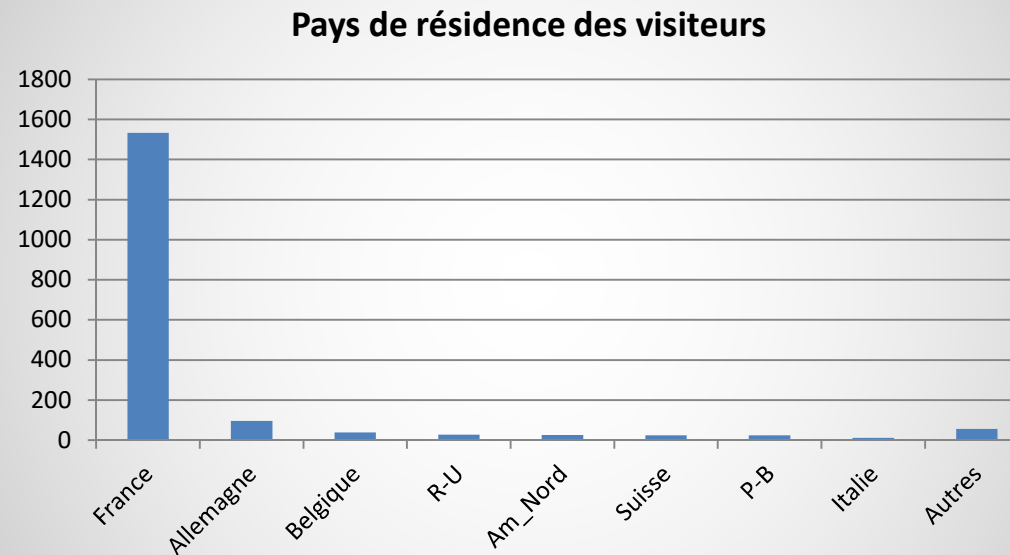
# Commentaires

- Lorsque les variables sont proches les unes des autres, elles sont positivement corrélées. C'est le cas avec les trois variables : taille groupe, total nuitées, total dépenses du séjour.
- Lorsque les variables sont orthogonales les unes par rapport aux autres, elles sont significativement non corrélées; c'est le cas des 3 précédentes et de la variable distance à la grotte.
- Le graphe précédent permet de situer avec précision chacune des 73 observations par rapport aux axes factoriels.

### Partie 3 : Enquête spécifique auprès des visiteurs de la réplique de la grotte CHAUVET et des résultats obtenus (notre base de données n°2).

- Une enquête spécifique qui concerne les seules visites de la réplique de la caverne du Pont d'Arc.
- Cette enquête a été réalisée de fin avril à fin octobre 2016 sur place en tête à tête.
- Le nombre total d'observations est : 1820 mais seules 1021 personnes ont répondu à la question : « Est-ce que la visite de la réplique a été le déclencheur de votre séjour ? »
- Nous proposons 2 graphiques qui concernent les 1820 visiteurs.
- La base que nous avons construite est de 159 observations, que nous utilisons pour nos calculs et s'appuie sur un ensemble de 1021 observations.

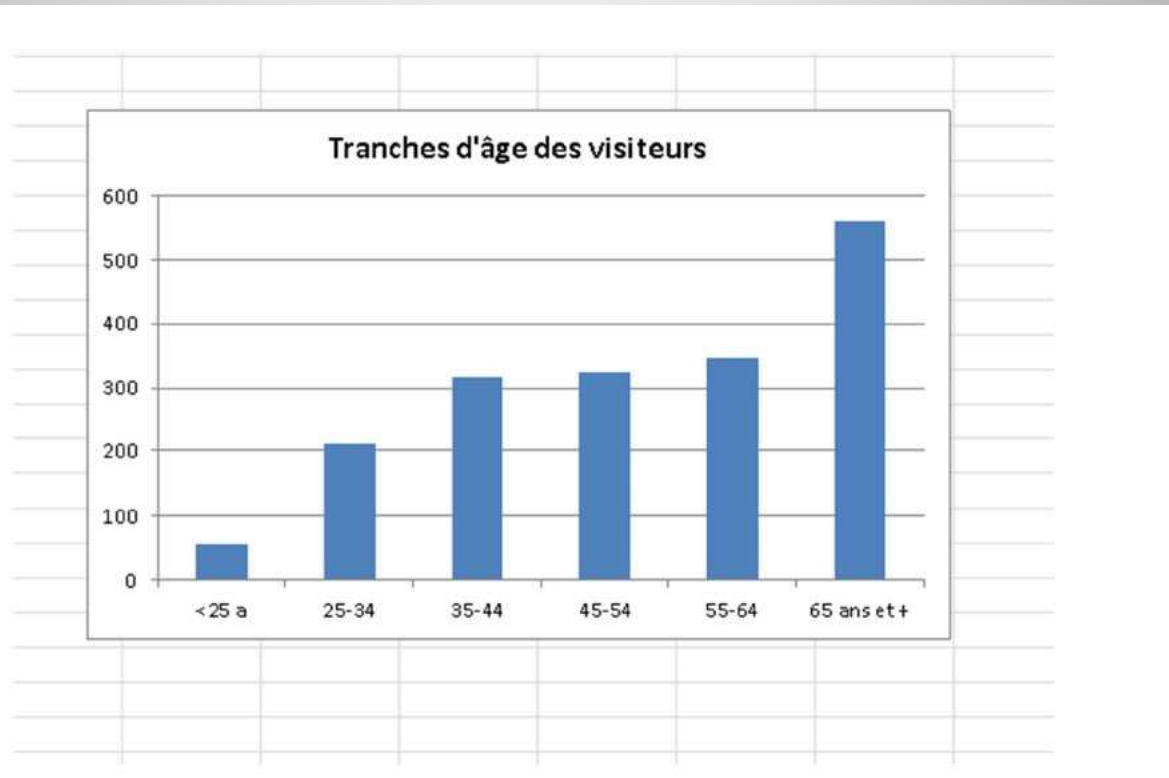
# Graph : Pays de résidence des visiteurs de la réplique



Commentaire : échantillon 1820 observations



# Graph : Age des visiteurs



# Caractéristiques de l'enquête auprès des visiteurs de la réplique

- Objectif de ce travail : dégager les caractéristiques et les motivations des visiteurs.
- Les variables choisies dans le questionnaire : quel déclencheur du séjour : visite caverne ou autres motivations, lieu de résidence permanent, lieu de résidence pendant le séjour, durée du séjour, classe d'âge du visiteur, type de visiteur, PCS du visiteur.
- Pour les 1021 observations, les principales motivations du séjour en Ardèche : la visite de la réplique grotte (pour près de 30% des réponses), visites aux familles (ou amis) un peu plus de 15%, le climat (près de 13%), les activités de pleine nature (un peu plus de 10%), la visite des gorges de l'Ardèche (près de 7%), etc.
- Nous mettons l'accent sur les différentes motivations (modalités, attributs) des personnes qui ont visité la réplique. En outre, comme nous le voyons, les fréquences sont différentes pour les 159 observations.

# Tableau des différentes motivations

motiv_princ	Freq.	Percent	Cum.
visit_cavern	63	39.62	39.62
visit_gorges_Ardèc	13	8.18	47.80
activi_plein_natur	15	9.43	57.23
climat	11	6.92	64.15
visit_famil_amis	23	14.47	78.62
réputa_Ardèch	5	3.14	81.76
profit_resi_second	4	2.52	84.28
évnt_spor_cultu	3	1.89	86.16
tradi_savoi_fair_gastron	6	3.77	89.94
clast_Unesco	2	1.26	91.19
autre	14	8.81	100.00
Total	159	100.00	

# Test d'indépendance

motiv_princ	typ_visteur					Total
	person se	en coupl	en famil	avec amis	en group	
visit_cavern	3	27	9	12	12	63
visit_gorges_Ardèc	1	4	5	3	0	13
activi_plein_natur	0	5	4	4	2	15
climat	1	2	6	2	0	11
visit_famil_amis	1	5	7	8	2	23
réputa_Ardèch	0	2	3	0	0	5
profit_resi_second	1	0	0	3	0	4
évnt_spor_cultu	0	1	0	0	2	3
tradi_savoi_fair_gast	0	4	0	2	0	6
clast_Unesco	1	0	0	0	1	2
autre	0	3	2	2	7	14
Total	8	53	36	36	26	159

Pearson  $\chi^2(40) = 71.1829$  Pr = 0.002

Commentaire : Au seuil 0,05 et 40 degrés de liberté (ddl), le  $\chi^2$  tabulé est égal à 55,75. Or, le  $\chi^2$  calculé est 71,18 et la probabilité est 0,002, nous pouvons conclure qu'il n'y a pas d'indépendance entre la distribution du type de visiteurs et la motivation du séjour.

# Modèle logit multinomial

```

Multinomial logistic regression      Number of obs   =      159
                                     LR chi2(8)       =      24.25
                                     Prob > chi2      =      0.0021
Log likelihood = -224.04406         Pseudo R2       =      0.0513
    
```

typ_visteur	RRR	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
<b>person_seule</b>						
motiv_princ	.9104574	.1110729	-0.77	0.442	.7168293	1.156388
classe_age	.7770591	.2365507	-0.83	0.407	.4278909	1.411156
_cons	1.486798	2.25369	0.26	0.794	.0762078	29.0071
<b>en_coupl</b>						
motiv_princ	.8546809	.0608435	-2.21	0.027	.7433755	.982652
classe_age	.9499838	.1878441	-0.26	0.795	.6447699	1.399676
_cons	4.932931	5.044681	1.56	0.119	.664692	36.60914
<b>en_famil</b>						
motiv_princ	.8831264	.0720971	-1.52	0.128	.7525443	1.036367
classe_age	.5396033	.1111853	-2.99	0.003	.3603168	.8080992
_cons	32.26458	32.79917	3.42	0.001	4.399676	236.609
<b>avec_amis</b>						
motiv_princ	.9107346	.0664185	-1.28	0.200	.7894324	1.050676
classe_age	1.01853	.2174313	0.09	0.931	.6702908	1.547692
_cons	1.917336	2.123153	0.59	0.557	.2188386	16.79857
en_group	(base outcome)					

Note: \_cons estimates baseline relative risk for each outcome.

# Synthèse des résultats de l'enquête spécifique

- Résult1 :La motivation de la visite de la caverne n'est pas indépendante du lieu de résidence permanent du touriste.
- Résult2 : Tableau des fréquences des différents motifs ayant déclenché le séjour : la motivation « visite de la caverne » pèse près de 40% pour la décision du séjour en Ardèche.
- Résult3 :Les motivations des séjours ne sont pas indépendantes des types d'hébergement.
- Résult4:La motivation principale des séjours n'est pas indépendante de la classe d'âge.
- Résult5 : Il n'y a pas indépendance entre le type de touristes (personne seule, en couple, etc.) et la motivation des séjours en Ardèche.
- Résult6 : Sur la base du modèle logit multinomial, qui, compte tenu de la statistique LR, comporte au moins une variable significative, nous complétons le résultat5. La probabilité de choisir la visite de la réplique est relativement plus élevée lorsque le visiteur est en couple et la probabilité de choisir de séjourner en Ardèche pour rendre visite à de la famille ou à des amis est relativement plus importante lorsque le visiteur de la réplique est en famille ou avec des amis.

# Partie 4 : Etudes d'impacts

- Nous traitons des impacts économiques et des impacts sur les territoires provoqués par les touristes qui séjournent à la suite de la visite de la réplique de la grotte CHAUVET.
- Les indicateurs nécessaires pour étudier les impacts économiques : les dépenses des clients, chiffres d'affaires des entreprises des différents secteurs d'activité, leurs consommations intermédiaires, les volumes d'emploi, les dépenses des salariés et des chefs d'entreprises.
- La typologie des effets : effets directs d'une dépense effectuée par un touriste, effets indirects (prise en compte des consommations intermédiaires du fournisseur du touriste) et induits (les consommations des salariés de ces fournisseurs).
- Les différentes dimensions du concept de multiplicateur et la modélisation des effets économiques.
  
- Les bases de données utilisées pour nos calculs : INSEE (RGP au 1/1/2017), enquête sur les lits touristiques (base Apidae-ADT 07) et INSEE pour les 349 communes de l'Ardèche.
- Nos observations indiquent que les communes principalement concernées sont situées le long de la rivière et elles sont à proximité de la réplique.
- Des questions : les territoires du Sud de l'Ardèche sont-ils surchargés au cours de certaines périodes de l'année (effets d'encombrement) ? Est-il possible de calculer une capacité de charge sur ces espaces ?
- Le bien-être des populations (locales et les touristes) décline-t-il au cours de l'été ?
- Indicateurs : la capacité de charge, le calcul des taux d'intensité touristique.

# Impacts économiques

- L'information utilisée et celle de notre base de données déjà mentionnée 2183 observations, et plus précisément les 73 personnes qui ont choisi la visite de la grotte.
- Rappel : le panier moyen/j/pers s'élevait à 85,5 €, alors qu'il était de 33,1 € dans l'enquête concernant l'ensemble du département. De plus, moyenne des dépenses pour leurs séjours  $\approx 1403$  € et valeur médiane  $\approx 635$  €. Compte tenu de ces montants, il est probable que cela va accroître le volume d'affaires dans un périmètre relativement restreint.
- Les modèles économiques, qu'il s'agisse du modèle I/O, du modèle d'EGC, comme celui de la base, sont opérationnels au niveau macroéconomique, mais sont trop exigeants en termes de données (indicateurs) nécessaires. A minima, nous devons disposer des données numériques précises concernant les différents flux marchands (achats/ventes de biens et services et de facteurs de production).
- Applications : Nous avons montré que les 73 visiteurs de notre première base de données séjournaient en moyenne 5,12 nuitées, avec une valeur modale de 2 nuitées. La distance moyenne à la réplique est 17,3 kms mais la distance médiane est de 6,4 kms. Autrement dit, les visiteurs séjournent à proximité et l'essentiel des effets se diffuse sur ce périmètre. En ce qui concerne les 159 visiteurs de la réplique interrogés après leurs visites, la durée moyenne des nuitées est de 4,14 et la durée médiane est de 3 nuits. Les impacts économiques sont avérés.
- Nous ne disposons pas d'informations précises sur les tissus productifs et sur les flux monétaires. Par conséquent, nous ne sommes pas en mesure de calculer la valeur des différents multiplicateurs. Nous pouvons seulement remarquer de façon triviale que les touristes qui visitent la réplique dépensent davantage que la dépense des touristes au niveau de l'ensemble du département. L'accroissement du volume d'affaires est probablement significatif.



# Un indicateur de pression touristique : le taux d'intensité touristique

- La notion de capacité de charge, c'est-à-dire un nombre maximum qu'un territoire peut supporter sans que cela ne provoque de changements pour l'environnement naturel et le bien être des populations. Déterminer ce maximum (ce seuil) est difficile car il nécessite d'utiliser de nombreux indicateurs écologiques et sociaux. (voir réf.SOeS, (2017) ; La fonction touristique des territoires ; voir aussi Brécard, D et De Luigi, Ch, (2016); Fréquentation touristique de Port Cros et Porquerolles ; voir également Bujosa Bestard, A & Rossello Nadal, J, (2007) ; Attitudes Toward Tourism and Tourism Congestion, Région et Développement).
- Par conséquent, nous calculons un indicateur moins ambitieux : la capacité d'hébergement (ou taux d'intensité touristique) d'une commune et la notion de lit touristique : cette notion désigne la capacité d'accueil des hébergements exprimée en lits. Par exemple, le nombre de lits en hôtels ou chez l'habitant est égal au nb de chambres \*2 ; le nb de lits d'un emplacement équipé de l'hôtellerie de plein air \*4 ; le nb de lits dans une résidence secondaire est égal au nb de résid. sec. \*5. (source : INSEE). Cet indicateur donne une « photographie » quantitative de la présence de touristes sur une commune.
- La capacité d'accueil d'un territoire comprend : les hébergements collectifs, l'hôtellerie traditionnelle et l'hôtellerie de plein air, les maisons d'hôtes, les meublés saisonniers, les résidences secondaires.
- L'information sur la commune de séjour et le mode de séjour permet de calculer les taux d'intensité touristiques des communes concernées.
- Taux d'intensité touristique =  $\frac{\text{nb de lits touristiques}}{\text{population municipale résdte}} * 100$

# Intensité touristique des lieux de séjour de communes en Ardèche et impact sur les territoires

- Nous utilisons la base de données du RGP de l'INSEE (au 1/1/2017) et l'enquête sur les lits touristiques des 349 communes de l'Ardèche.
- L'enquête avec 2183, comme nous l'avons déjà indiqué, nous a permis d'identifier 73 personnes qui avaient retenu la visite de la réplique comme fondement de leur séjour.
- Une rubrique du questionnaire précise le lieu de séjour en Ardèche et nous avons vu que la valeur modale de la distance était de 5,5 kms. Par conséquent, la proximité se dégage de l'enquête.
- Nous indiquons par exemple que pour la commune d'Aubenas, le résultat est  $\approx 16$  lits touristiques pour 100 habitants, tandis que pour Vallon Pont d'Arc, il est  $\approx 574$  lits touristiques pour 100 habitants, de  $\approx 519$  à Balazuc, de  $\approx 324$  lits touristiques pour 100 habitants à Ruoms,  $\approx 1106$  à Salavas et  $\approx 2016$  à Sampzon. En revanche, il est  $\approx 19$  lits touristiques pour 100 habitants à Privas (préfecture du département) et de  $\approx 95$  lits touristiques à Vals-les-Bains.
- En définitive, les touristes qui figurent dans notre base de données séjournèrent dans des communes situées le long de la rivière et, outre la visite de la réplique, ils pouvaient se baigner, pratiquer le canoë, l'escalade ou la randonnée et visiter aussi d'autres sites (villages de caractère, avens, etc.). Nos calculs font apparaître une très forte hétérogénéité de la fonction touristique et une très forte présence touristique dans certaines communes. Nous pouvons également faire apparaître la relation avec les modes d'hébergement.

# Conclusion

- L'ouverture de la réplique de la grotte CHAUVET est une innovation dans le domaine touristique du territoire du Sud de l'Ardèche ; elle est cohérente avec les autres composantes de la variable patrimoine (historique et architecturale) ; elle accroît la palette des produits et activités proposées aux touristes et l'offre se trouve qualitativement améliorée. Toutefois, comme l'a fait apparaître l'enquête portant sur 2183 observations, la notoriété de l'Ardèche tient à son cadre de vie, son environnement préservé, ses sites naturels, ses paysages.
- Ouverte au printemps 2015, nous avons observé une diminution de la fréquentation de la réplique de la caverne du Pont d'Arc. Sans doute est-il utile de réfléchir à son cycle de vie.
- Les résultats que nous avons obtenus ont permis d'identifier les caractéristiques des touristes qui ont visité la réplique de la grotte CHAUVET. Dans notre échantillon (représentatif), le visiteur (« type ») est fréquemment résident en France, il séjourne en couple, en hébergement dans hôtellerie de plein air et il est âgé de plus de 65 ans. Ces observations doivent être prises de façon relative et méritent d'être approfondies avec un échantillon de plus grande taille.
- Les résultats permettent également d'évaluer un certain nombre d'impacts sur les territoires. Une analyse plus fine des impacts environnementaux nécessite l'utilisation d'une base de données avec des indicateurs qui traduisent les évolutions des espèces animales et végétales de la rivière.
- La qualité d'un territoire nécessite que les flux de populations (touristes) soient gérés afin d'éviter la détérioration du bien être qui résulte d'un tourisme de masse. Faut-il, dans certaines situations, mettre en place des quotas, voire des péages ? Pour l'instant, la situation n'est pas inquiétante mais il faut rester vigilant ; l'Ardèche du Sud n'est ni Venise, ni Dubrovnik.
- De même, la mesure des effets économiques directs, indirects et induits et le calcul des multiplicateurs d'activité et d'emplois nécessite de disposer d'informations plus précises sur le tissu économique local et sur les flux monétaires qui ont pour origine les dépenses des visiteurs de la réplique.
- Nous pouvons cependant estimer que l'ouverture de cette réplique est très positive sur le plan patrimonial, sur la diversification des activités touristiques et sur l'attractivité de la destination Ardèche.
- Dans un travail ultérieur, nous compléterons nos bases de données et nous approfondirons l'analyse.

Merci de votre attention