

Intégrer **Le numérique** dans les stratégies touristiques

GRUPE



Paris, le 25 janvier 2018

Programme

Matin

- Introduction, tour de table
- Présentation des résultats de l'enquête en ligne, éléments de cadrage
- Quels outils et approches mutualisés entre territoires ?

Témoignage de Xavier Lafon, Agence d'attractivité et de développement touristiques des Pyrénées-Atlantiques, échanges

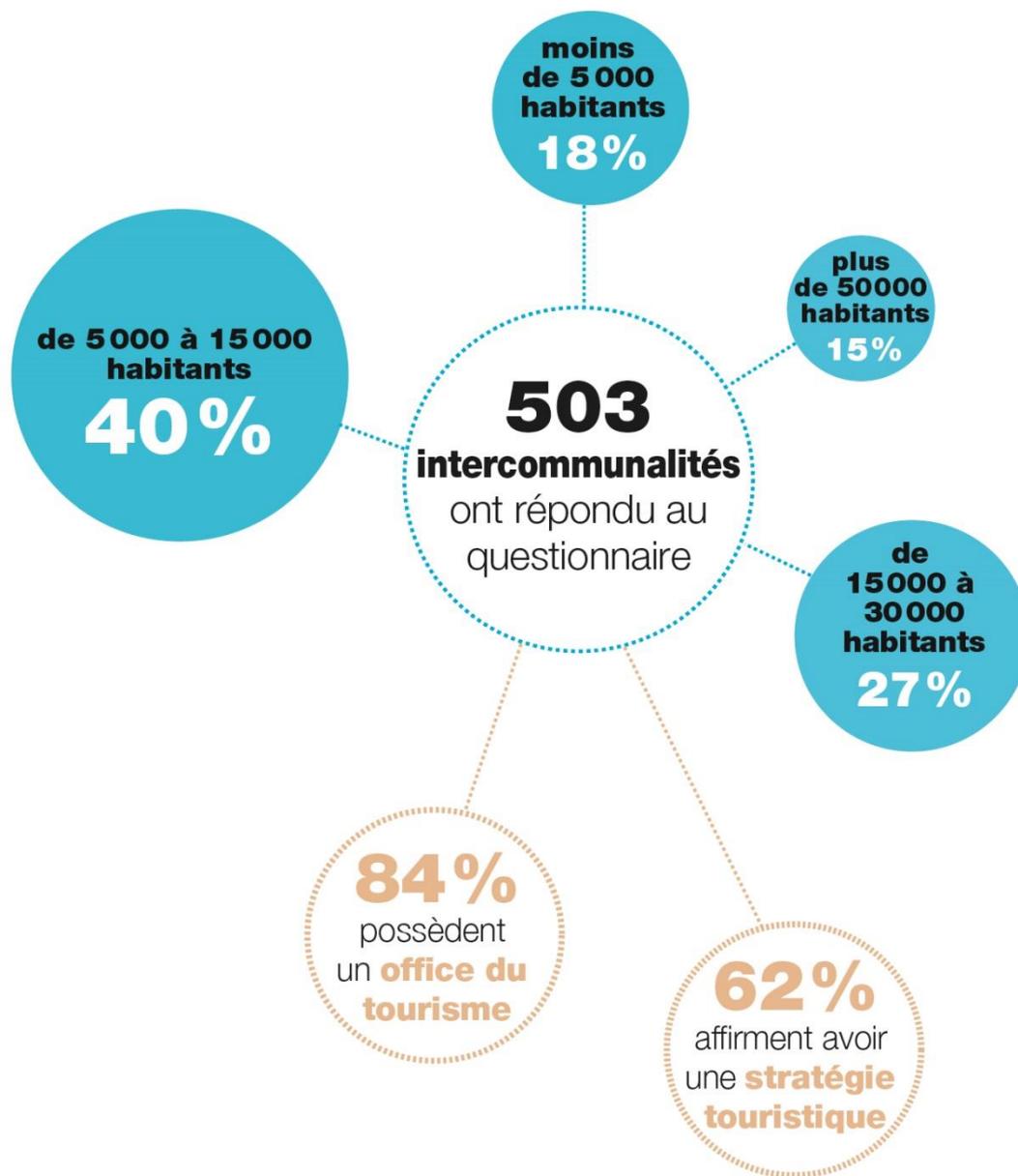
Après-midi

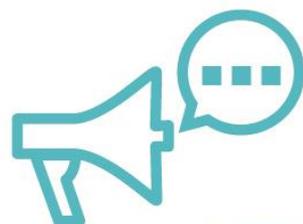
- Comment mettre en œuvre une stratégie touristique et numérique intégrée ?

Témoignage de Vincent Orcel, SPL Destination Pont d'Arc-Ardèche, échanges

- Synthèse des enseignements de la journée
- Quelle feuille de route pour engager une stratégie touristique intégrant le numérique ?

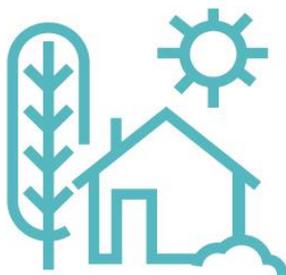
Présentation des résultats de l'enquête en ligne





Communication
24%

**Promotion
du territoire**
18%



**67% des
répondants**
considèrent le
numérique comme
une opportunité,
notamment
dans ces cinq
domaines :



Visibilité
22%

Offres élargies
21%



Professionalisation
22%



Concurrence et ubérisation



**Qualité
de l'Offre**



**Moyens
financiers**



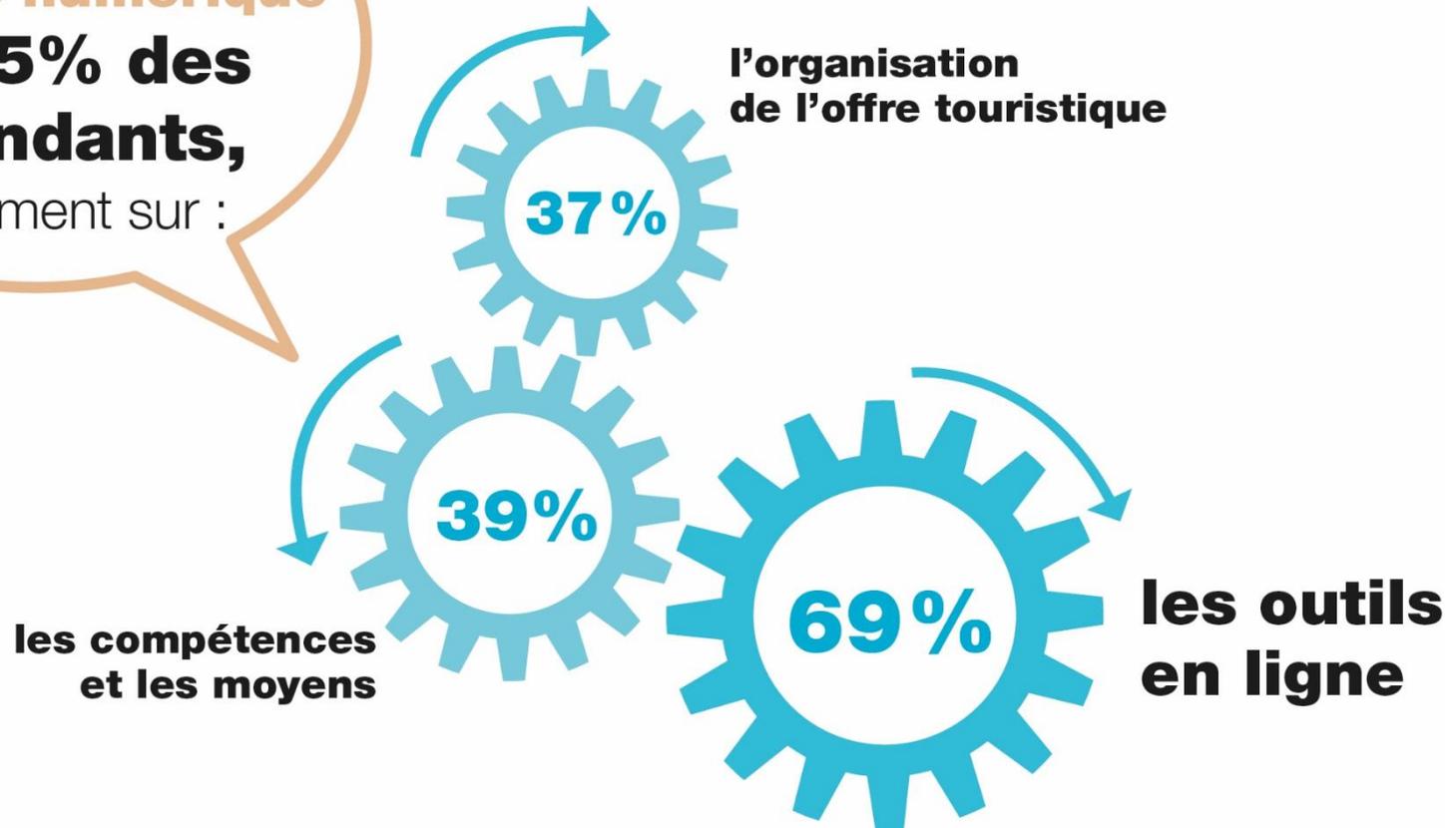
**Technologie
numérique**



Relations humaines



D'où une **évolution de la stratégie numérique** pour **85% des répondants**, notamment sur :



65% des répondants

ne se sentent **pas assez outillés** pour répondre aux nouveaux enjeux du tourisme à l'heure du numérique

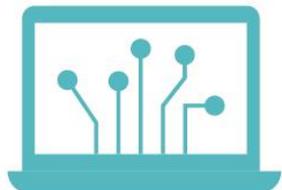


Formation
21%



Outils
21%

Besoins d'accompagnement



Technologie
15%



Réflexion stratégique
20%



Échanges d'expériences
21%

Avec le numérique, relever le défi de la visibilité et de l'attractivité du territoire



Avec le numérique, le parcours touristique s'organise avant, pendant et après le séjour

- **Avant** : préparation du séjour, ce qui suppose que l'offre du territoire soit visible sur les réseaux
 - **Pendant** : tout un éventail d'outils existe pour communiquer sur l'offre touristique proposée par le territoire
 - **Après** : il s'agit de se préoccuper de l'image véhiculée (e-reputation), ce qui suppose une stratégie active sur les réseaux sociaux
- 👉 **Une évolution des stratégies locales** : les collectivités sont amenées à coordonner la communication touristique territoriale, et les offices de tourisme doivent repenser leur rôle.

Visibilité sur internet

Applications en réalité
augmentée

Flashcodes, bornes
interactives et e-guides

La e-reputation

Des outils dématérialisés au service de stratégies territorialisées et ancrées localement



Des outils dématérialisés au service de stratégies territorialisées et ancrées localement

- **Stratégie de marketing** : se différencier sans standardiser / banaliser son image
- **Enrichir et hybrider** l'offre touristique grâce au numérique
- **Mobiliser des habitants** « ambassadeurs » de leur territoire.

Des stratégies numériques pour accroître les retombées économiques sur le territoire

- Le développement de **l'e-itinérance**
- L'accès à un ensemble de **prestations packagées, forfaits...**
- Les potentiels de **l'économie collaborative**
- Favoriser **l'ancrage et la territorialisation** des revenus touristiques
- **Collaborer et expérimenter** avec les start-up locales

**Le « wifi territorial »
de la Drôme**

**Le « pass musée »
en Alsace**

**L'application « Mon
Tour en France »**

**La place locale de
marché**

Tourisme, territoire et big data : enclencher le cercle vertueux



Tourisme, territoire et big data : enclencher le cercle vertueux

- Une exploitation des informations pour faire évoluer les offres touristiques
- Gérer intelligemment les masses de données : le big data au service de l'amélioration de l'offre touristique
- La mutualisation des coûts de développement

**La SEM NPY dans les
Pyrénées**

**La solution Flux
Vision d'Orange**

Entre compétition et coopération, accélérer les reconfigurations territoriales avec le numérique



Entre compétition et coopération, accélérer les recompositions territoriales avec le numérique

- Avec le numérique, envisager de nouvelles complémentarités avec les autres territoires et les autres échelles territoriales.
- Repenser les conditions de la gouvernance locale du tourisme : public, privé et citoyen, un nouvel écosystème à faire vivre.

Tourisme et réforme territoriale

Les outils mutualisés du CRDT Auvergne

Entre compétition et coopération, accélérer les recompositions territoriales avec le numérique

ARTICULATION POSSIBLE DES DIFFÉRENTES ÉCHELLES DE COLLECTIVITÉS EN MATIÈRE TOURISTIQUE



Quels outils et approches mutualisés entre territoires ?

Témoignage de Xavier Lafon, chargé d'ingénierie numérique à l'Agence d'attractivité et de développement touristiques des Pyrénées-Atlantiques

Comment mettre en œuvre une stratégie touristique et numérique intégrée ?

Témoignage de Vincent Orcel, Directeur général de la SPL Destination Pont d'Arc-Ardèche

Synthèse des enseignements de la journée

Quelle feuille de route pour engager une stratégie touristique intégrant le numérique ?

Si demain vous deviez initier sur votre territoire une stratégie touristique intégrant le numérique :

- Par quelle réflexion / action commenceriez-vous ?
- Quelles seraient les principales conditions de réussite ?
- Et les freins / risques ?