

# Culture, option tourisme

SYNTHÈSE DU 29 JUIN AU 12 JUILLET 2014

date: 16.07.2014

tags: etourism Tourisme culturel segments de clientèle tourisme à la montagne big data



## Dis-moi qui tu es, je te dirai ce que tu veux

Conscients des enjeux du numérique en termes d'image et de fidélisation des visiteurs, l'Office du tourisme du Canton de Vaud a investi dans le secteur du e-tourisme et lance maintenant un service d'information en externe via une application mobile. Développé par la start-up EDSI-Tech, ce nouveau-né se prénomme «[Guide – Lake Geneva Region](http://www.region-du-leman.ch/fr/vaudguide/) (http://www.region-du-leman.ch/fr/vaudguide/ ) », identifiant ce faisant un [territoire de marque touristique](http://www.etourisme.info/modele-capote-dorganisation-territoriale/) (http://www.etourisme.info/modele-capote-dorganisation-territoriale/ ). L'application est gratuite et disponible en plusieurs langues. Ce qui fait son intérêt ce sont les recommandations personnalisées, transmises en temps réel... et hors ligne ! Lors de l'enregistrement, l'utilisateur indique son âge, son genre et ses préférences. Par un signal acoustique, l'application est alors en mesure de signifier au visiteur les points d'intérêt régionaux qui se trouvent à proximité du visiteur et qui pourraient correspondre à ses goûts. Cet outil devrait permettre d'enrichir l'expérience des voyageurs sur place et de doper la consommation de produits touristiques (il est possible de réserver des prestations offertes en ligne - et cela à moindre frais depuis début juillet grâce à la [baisse des coûts du roaming](http://www.tourismuszukunft.de/2014/07/eu-deckelt-roaming-kosten-was-bedeutet-das-fuer-destinationen/) (http://www.tourismuszukunft.de/2014/07/eu-deckelt-roaming-kosten-was-bedeutet-das-fuer-destinationen/ ) ). Dans un avenir proche, et sur fond de [Web 3.0](http://www.veilleinfotourisme.fr/tourisme-un-secteur-transforme-par-le-numerique--125041.kjsp) (http://www.veilleinfotourisme.fr/tourisme-un-secteur-transforme-par-le-numerique--125041.kjsp ), les acteurs du tourisme du canton de Vaud espèrent pouvoir exploiter les données numériques des voyageurs afin de [mesurer les flux touristiques](http://veilletourisme.ca/2014/07/03/applications-concretes-du-big-data-en-tourisme/) (http://veilletourisme.ca/2014/07/03/applications-concretes-du-big-data-en-tourisme/ ), d'adapter les stratégies marketing et d'optimiser finement leurs produits en fonction des intérêts des visiteurs.

A travers le monde, plusieurs organismes ont donné l'exemple. On relèvera ainsi l'initiative du Comité départemental du tourisme des Bouches-du-Rhône, qui a analysé les données de l'opérateur de télécommunications Orange pour dresser un aperçu des flux de déplacements et de la fréquentation touristique d'un lieu. Ou encore Atout France qui souhaite connaître les prévisions de fréquentation de 12 aéroports français grâce à l'outil [Forwardkeys](http://forwardkeys.com/) (http://forwardkeys.com/ ) afin de décider notamment du moment opportun pour le lancement des campagnes marketing en fonction des périodes de réservation. Le [Big Data](http://www.4hoteliers.com/features/article/8419) (http://www.4hoteliers.com/features/article/8419 ) change la donne du tourisme. On en veut pour preuve additionnelle qu'en fonction des flux touristiques, les instances de gestion de destination choisissent de privilégier l'accueil physique ou alors numérique (hors murs des organismes officiels ou non), contribuant ainsi à «[universaliser](http://veilletourisme.ca/2014/06/25/laccueil-plus-universel-que-jamais/)» l'accueil touristique (http://veilletourisme.ca/2014/06/25/laccueil-plus-universel-que-jamais/ ).

Accueillis partout et par tous, les touristes sont-ils bien accueillis pour autant ? Le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France

et la Chambre de commerce et d'industrie Paris Ile-de-France en doutaient. Ils ont donc lancé une campagne de sensibilisation des professionnels du tourisme sur les attentes de la clientèle étrangère. C'était l'année passée. Pour la deuxième année consécutive de sensibilisation, ils inaugurent aussi un tout nouveau site Internet à destination des touristes étrangers. Ne l'oublions pas, [Paris figure au top 10 des destinations les plus courues d'Europe](http://www.nsiightfortravel.com/2014/06/26/infographic-where-is-europe-traveling-this-summer/) ( <http://www.nsiightfortravel.com/2014/06/26/infographic-where-is-europe-traveling-this-summer/> ). Le site répertorie sur une [carte interactive](http://www.tendancehotellerie.fr/articles-breves/communiqu-de-presse/3962-article/operation-do-you-speak-touriste-objectif-100-de-touristes-satisfaits-en-2020) ( <http://www.tendancehotellerie.fr/articles-breves/communiqu-de-presse/3962-article/operation-do-you-speak-touriste-objectif-100-de-touristes-satisfaits-en-2020> ) les boutiques franciliennes en fonction des langues qui y sont parlées. Le touriste peut donc chercher et trouver la boutique dans laquelle il pourra poser la question qui le taraude sans devoir la tourner dix fois dans sa bouche. Tous les touristes ne se préoccupent pas des mêmes choses. Si pouvoir s'exprimer dans sa langue maternelle peut être accueilli avec soulagement par certains voyageurs, d'autres s'inquiètent plutôt de la sécurité, de l'honnêteté des chauffeurs de taxi, des conditions climatiques ou encore des possibilités de location de véhicules. Seuls les touristes d'affaires ont pour souci commun, toutes nationalités confondues, de dénicher un [espace de travail disponible à la demande](http://skift.com/2014/07/06/how-hotel-chains-innovate-with-on-demand-work-spaces/) ( <http://skift.com/2014/07/06/how-hotel-chains-innovate-with-on-demand-work-spaces/> ) (cf. [easyWORK chez Mercure](http://www.lechotouristique.com/article/mercure-developpe-le-coworking-hotelier.66575) ( <http://www.lechotouristique.com/article/mercure-developpe-le-coworking-hotelier.66575> ) ). Selon une étude réalisée par l'Observatoire du Tourisme de la Réunion, [chaque nationalité aurait en effet une préoccupation de voyage type](http://observatoire.reunion.fr/en-pratique/actualites-innovation/detail/detail/quels-sujets-preoccupent-les-touristes.html?cHash=7456acccd72a557a31dd62766bacd399) ( <http://observatoire.reunion.fr/en-pratique/actualites-innovation/detail/detail/quels-sujets-preoccupent-les-touristes.html?cHash=7456acccd72a557a31dd62766bacd399> ) . Les Français, par exemple, s'interrogent beaucoup sur les [forfaits tout inclus](http://hotelmarketing.com/index.php/content/article/what-millennials-want-in-all-inclusive-resorts) ( <http://hotelmarketing.com/index.php/content/article/what-millennials-want-in-all-inclusive-resorts> ) : la plus-value de l'offre est-elle vraiment intéressante ? Aux Chinois qui semblent s'inquiéter pour leurs parents qui les accompagnent en voyage, la fondation bernoise [Claire & George](http://www.nzz.ch/lebensart/reise/in-die-ferien-fahren-als-ob-nichts-waere-1.18336062) ( <http://www.nzz.ch/lebensart/reise/in-die-ferien-fahren-als-ob-nichts-waere-1.18336062> ) pourrait apporter la solution idéale. Cette fondation organise en effet des vacances en hôtels pour les clients qui nécessitent l'aide de la Spitex (aide et soins à domicile). Un concept qui a de l'avenir.

## La culture fait florès en montagne

L'offre touristique en montagne s'étoffe ( <http://veilletourisme.ca/2014/07/07/lete-ca-bouge-au-pied-des-pistes/> ) et fleurit toute l'année et ce malgré les changements climatiques. Pour y parvenir, un [fonds d'investissement dédié aux entreprises de l'aménagement de la montagne](http://acteursdeleconomie.latribune.fr/en-bref/2014-07-03/un-fond-d-investissement-montagne.html) ( <http://acteursdeleconomie.latribune.fr/en-bref/2014-07-03/un-fond-d-investissement-montagne.html> ), comme celui nouvellement créé par Cluster Montagne et Savoie Angels, représente une aubaine. Mais est-il nécessaire d'investir lourdement pour fidéliser la clientèle ? Pas seulement. Ainsi, il est judicieux de rentabiliser au mieux les équipements lourds déjà en place et de s'assurer une programmation variée qui sollicite les installations existantes ou des aménagements temporaires. Le VTT de montagne, les sentiers pieds-nus et les cours créatifs à la semaine connaissent déjà un succès certain. Pour maintenir l'intérêt de la clientèle, des manifestations culturelles comme la [résidence artistique 2014 de la Fondation 3-D](http://www.lenouvelliste.ch/fr/valais/martigny/de-l-anticonformisme-sur-l-alpe-494-1317621) ( <http://www.lenouvelliste.ch/fr/valais/martigny/de-l-anticonformisme-sur-l-alpe-494-1317621> ) sont clefs. Elles s'adressent à un large public, y compris adolescent. Et c'est très bien ainsi. En individuel ou en groupe, avec leurs familles ou leurs amis, [les adolescents sont des vecteurs d'informations](http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2014/06/26/adolescents-tourisme-culturel/) ( <http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2014/06/26/adolescents-tourisme-culturel/> ) très intéressants pour les opérateurs touristiques. Entre jeunes, les contenus culturels sont en effet commentés et échangés à grande vitesse. Il y a d'ailleurs fort à parier que le spot «Valais. Gravé dans mon cœur», élu [meilleur spot télévisé du mois](http://www.1815.ch/wallis/aktuell/wallis---ins-herz-gemeisselt-ist-spot-des-monats-mai-147106.html) ( <http://www.1815.ch/wallis/aktuell/wallis---ins-herz-gemeisselt-ist-spot-des-monats-mai-147106.html> ), doive sa victoire à une large proportion de jeunes parmi les votants. Les activités culturelles sont donc tout à fait concernées par les usages adolescents.



Commencer la discussion...

Soyez le premier à commenter.

AUSSI SUR TOUROBS

QU'EST-CE QUE C'EST?

**Blog Tourisme**

1 commentaire • il y a un an



**Marco Basler** — In der schweizerischen Schule für Tourismus und Hotellerie wird in der Manager Ausbildung sehr viel Augenmerk auf die richtige

**Blog Tourisme [www.tourobs.ch]**

1 commentaire • il y a un an



**Tim** — Pour les amateurs de campings de luxe français, je vous conseille de regarder les superbes photos de [www.campingsluxe.fr](http://www.campingsluxe.fr) ! ça donne envie !

 S'abonner

 Ajoute Disqus à ton site web !