



L'innovation numérique, vecteur de développement pour le tourisme

LE 27 NOVEMBRE 2018
Forum Digital – Colombelles

Le Pôle TES est soutenu par :



REMERCIEMENTS



@LePoleTES

Pôle TES

www.pole-tes.com



INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

BIENVENUE !





INNOVATION NUMERIQUE – RENCONTRES OT & NUMERIQUE

PROGRAMME

- ✓ 10h30 : **Pitch**
- ✓ 11h40 : **Speed meeting**
- ✓ 13h00 : **Cocktail déjeunatoire**
- ✓ 14h00 : **Tables rondes & retours d'expériences**





ATELIER THÉMATIQUE OTN
Les Rencontres OT & Numérique

INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

PITCH DES ENTREPRISES





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

PITCH DES ENTREPRISES



3D & G

SCAN • MODELISATION • IMPRESSION
VENTE • FORMATION





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

PITCH DES ENTREPRISES



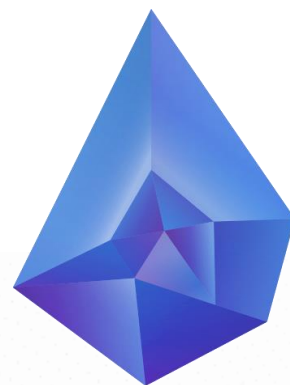
Activitour!





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

PITCH DES ENTREPRISES



Akarah





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

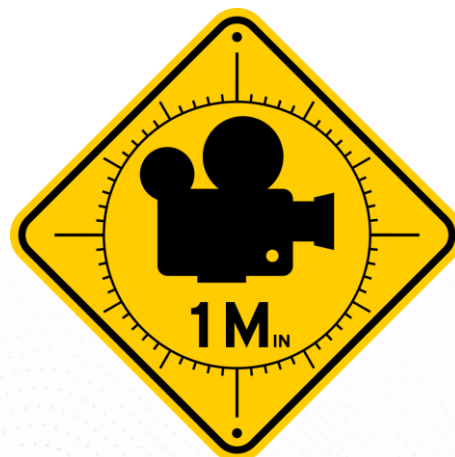
PITCH DES ENTREPRISES





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

PITCH DES ENTREPRISES



MyMinuteTrip





INNOVATION NUMERIQUE – RENCONTRES OT & NUMERIQUE

PITCH DES ENTREPRISES





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

PITCH DES ENTREPRISES

Rendr





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

PITCH DES ENTREPRISES





INNOVATION NUMERIQUE – RENCONTRES OT & NUMERIQUE

SPEED MEETING

QUELQUES RÈGLES :

- ✓ RDV B to B de 15 min
- ✓ Un signal à la fin des 15 min vous invitant à échanger avec une autre entreprise





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

COCKTAIL DÉJEUNATOIRE

- ✓ Prolonger les échanges lors du cocktail
- ✓ Retour à 14h pour les tables rondes





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

TABLES RONDES

- ✓ **14h** : Le marketing territorial
- ✓ **14h30** : Les solutions de parcours de visite, du montage de projet à la commercialisation à l'office, quel intérêt pour le visiteur ? Quel bilan dresser ?
- ✓ **15h30** : Déployer un projet d'innovation, pourquoi ? Comment ? Combien ?





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

PARCOURS CLIENT ET MARKETING TOURISTIQUE

- ✓ **Jessica REFFUVEILLE** - Pôle TES
- ✓ **Manon QUELLIER** - Calvados Attractivité

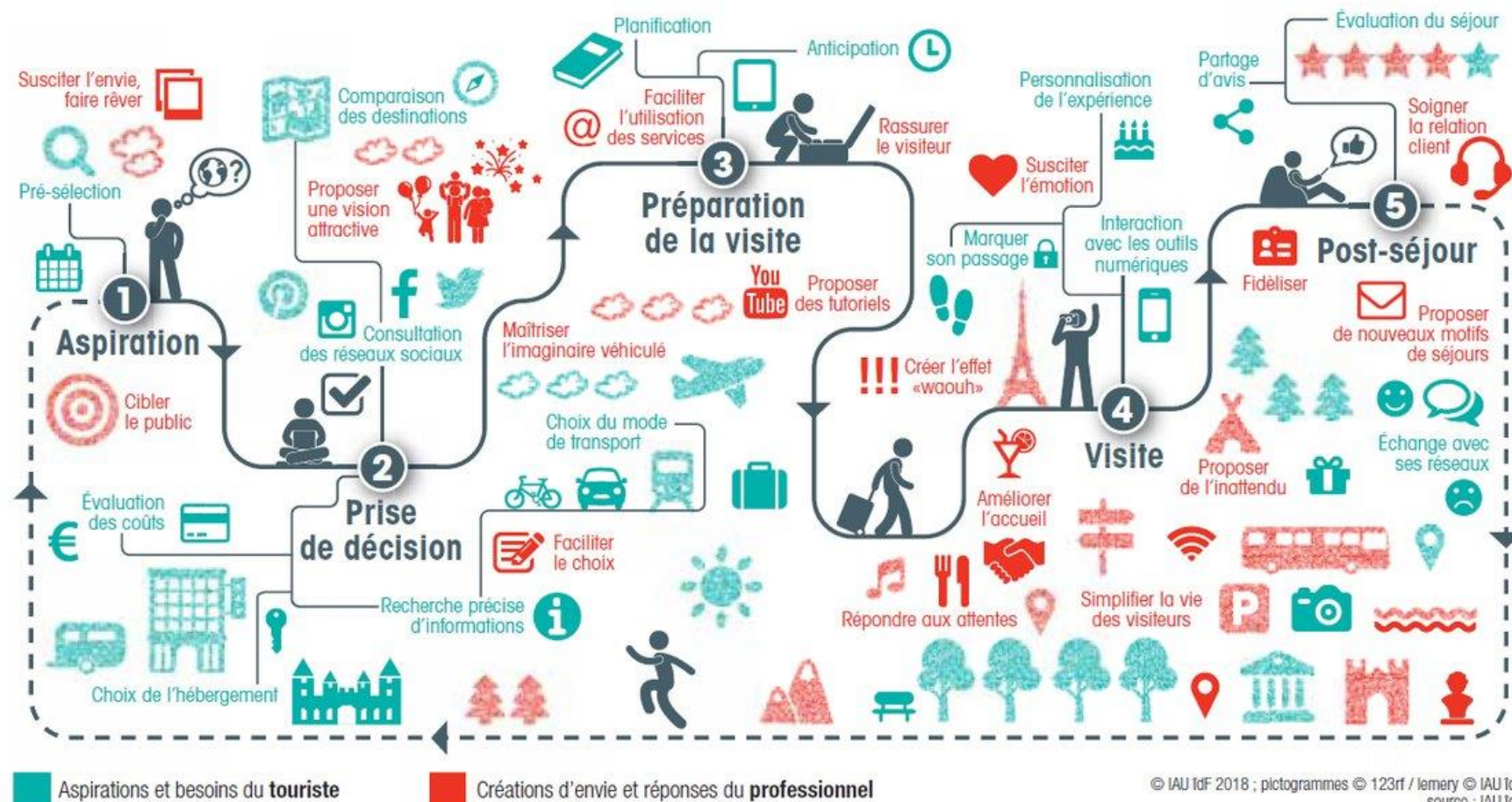
ANIMATION :
Jessica REFFUVEILLE - Pôle TES





Les 5 étapes clés du parcours client touristique

Infographie Institut d'Aménagement et d'Urbanisme – Île de France
(« L'attractivité touristique par l'approche parcours client », 2018)



DESTINATION GRC, UN PROJET A L'ECHELLE DU CALVADOS



© Jean-Michel Gatey



Mai 2018

Une étude Next Content / KPMG
avec le soutien de L'Echo Touristique,
etourisme.info et l'Escaet

À l'horizon 2020, quelles sont les transformations, innovations numériques les plus décisives pour votre secteur d'activité ?

Les nouveaux services construits
sur l'exploitation des data clients



LA GRC, KESAKO ?!

- Des outils et techniques au service d'une stratégie
- Pour capter, traiter, analyser les infos clients
- Dans le but de mieux connaître sa clientèle
- De lui offrir le meilleur service avant, pendant et après séjour
- Et de FIDELISER !

Si l'on rajoute une notion de Destination, c'est que l'on souhaite que cette GRC soit partagée à une échelle territoriale, entre différents acteurs institutionnels et privés de la Destination.



Les intérêts d'une GRC partagée

1. Suivre le client sur toutes les étapes de son voyage
2. Données récoltées → Connaissance client
 - Données analytiques
 - Données personnelles
3. Fidélisation
 - Le bon service au bon client
 - Le bon message au bon moment

Mail personnalisé = 45% de taux d'ouverture (source : les conteurs)



Les intérêts d'une GRC partagée

4. Ingénierie de projet et coûts partagés



Posons-nous les bonnes questions !

- Quelle stratégie développer dans le Calvados ?
- Quel socle de données récolter et partager ?
- Avec quel outil ?
- Pour quelles actions vers le client ?
- Dans quel cadre juridique ?

« DESTINATION GRC », UN PROJET ...

- ... inscrit dans le cadre du plan tourisme 2017 – 2022 ;
- ... porté par Calvados Attractivité ;
- ... soutenu par l'Etat – Fonds national d'Aménagement et de Développement du Territoire ;
- ... accompagné par un cabinet d'avocats sur le droit des données ;
- ... permettant d'associer des étudiants à la réflexion ;
- ... qui se veut collaboratif, basé sur les besoins des professionnels du territoire.



MANAGER DES SYSTÈMES D'INFORMATION

DU 22 OCTOBRE 2018 AU 28 MARS 2019

Mission réalisée en entreprise 10 jours par mois

« DESTINATION GRC », AVANCEE DU PROJET

- Juin 2018 : lancement de la réflexion
- Septembre 2018 : COPIL #1
 - Le partage de la donnée ok, mais dans un objectif de connaissance client !
- A venir : Groupe de travail « Connaissance client »
 - Que souhaitez-vous connaître de vos clients ?
 - En partageant / récupérant quels types de données ?

→ Rejoignez notre groupe Facebook pour vous tenir informés de toutes nos actions et projets en cours :

<https://www.facebook.com/groups/calvados.attractivite.pro/>

Le Pôle TES est soutenu par :



@LePoleTES 
Pôle TES 

www.pole-tes.com



INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

LES SOLUTIONS DE PARCOURS DE VISITE

- ✓ Noémie VIOLETTE – Office de Tourisme Seine Normandie Agglomération
- ✓ Jean REMY – Office de Tourisme Caen la Mer
- ✓ Christophe CUSSEAU – Office de Tourisme Intercommunal de Fécamp
- ✓ Mathilde COPPARI – Soyhuze
- ✓ Laurent LEFEBVRE – Rendr
- ✓ Geoffrey MAMEAUX – Akarah





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

DÉPLOYER UN PROJET D'INNOVATION

- ✓ Clarisse BATHO – Pôle TES
- ✓ Isabelle LEBRETON – Région Normandie
- ✓ Nicolas COQUILLARD – Offices de Tourisme et Territoires de Normandie

Animation : Clarisse BATHO – Pôle TES





DEPLOYER UN PROJET D'INNOVATION

UN PROJET ? LES QUESTIONS À POSER

- ✓ **Quels sont mes besoins ?**
Pour répondre à quelle problématique ? Pour offrir quel service ? Quelle est la cible ?
- ✓ **Quelles sont mes contraintes ?**
Connexion ? Equipe ? Budget ? Matériel ? Délai ? etc.
- ✓ **Quelle stratégie de communication ?**
Comment acquérir des utilisateurs ? Quel argumentaire ? Quelle formation pour le personnel ? etc.
- ✓ **Comment va vivre la solution après le lancement ?**
Quelle durée de vie cible ? Quelle fréquence de mise à jour ? etc.





DEPLOYER UN PROJET D'INNOVATION

Le Pôle TES

Qui sommes nous ?

Le Pôle TES a pour ambition d'être la référence en matière d'innovation en haute technologie numérique dans les domaines de la **santé**, du **tourisme**, de la **collectivité** et de l'**agriculture**, connectés.

140

Adhérents

110

projets
accompagnés

70

événements /
an

Notre accompagnement

- Aide à la **définition de vos besoins** et la **connaissance des solutions**
- **Mise en relation** avec des entreprises innovantes du territoire
- Identification de pistes de **financement** adaptées à votre projet
- Organisation d'**événements** pour échanger avec les acteurs de l'innovation





DEPLOYER UN PROJET D'INNOVATION

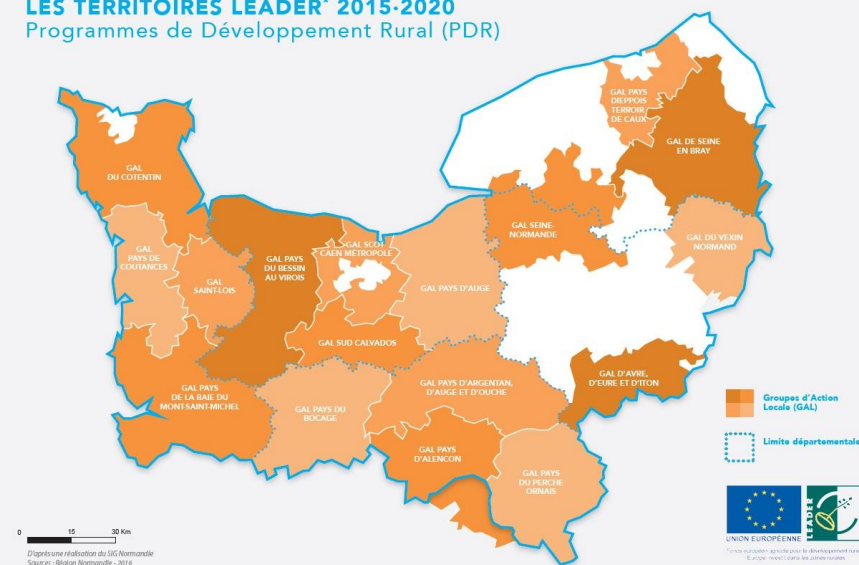
Les fonds LEADER

- Fonds européens dédiés au développement rural et gérés par des GAL (Groupement d'Action Locale)
- En Normandie 17 GAL couvrent la quasi-totalité du territoire. Chaque GAL a sa propre stratégie néanmoins **tous les GAL Normands ont identifié le tourisme comme thématique d'action** et 50% d'entre eux en font un thème central.



Fonds européen agricole pour le développement rural :
l'Europe investit dans les zones rurales

LES TERRITOIRES LEADER* 2015-2020
Programmes de Développement Rural (PDR)



*LEADER : Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale





INNOVATION NUMÉRIQUE – RENCONTRES OT & NUMÉRIQUE

Les fonds LEADER

- Les spécificités du financement :
 - Taux d'intervention : 80%
 - Vient en complément d'autres financements publics (mais pas d'un autre Fonds européen)
 - Demande de subvention avant le début du projet
- > Contacter la GAL où votre projet est déployé !
- Exemples de projets
 - Nouvelle muséographie et nouveau parcours de visite - *la Maison de la Pomme et de la Poire*
 - Création d'un site internet de séjour pour le territoire du Perche Ornaïs avec des bornes tactiles interactives accessibles 24h/24



RÉGION NORMANDIE

Rencontres OT et Numérique - 27 novembre 2018

La politique tourisme de la Région Normandie

Les axes stratégiques

- La professionnalisation des acteurs
- **Les destinations d'excellence**
- **Les filières prioritaires**
- Les aides aux entreprises (ADN)

Les Destinations d'excellence

- Le principe : renforcer ce qui fait la notoriété et la spécificité de la Normandie à l'international

Le tourisme de mémoire en Normandie



L'ambition : **faire de la Normandie la destination internationale par excellence sur la Seconde Guerre mondiale.**

Une thématique travaillée au travers d'un **contrat de destination**, en lien avec le projet d'inscription des Plages du Débarquement au patrimoine mondial de l'**Unesco** et dans le cadre de la stratégie internationale de la Région « **Normandie pour la Paix** ».



En 2019: le 75^e Anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie

Le Mont St Michel et sa Baie

L'ambition: **repositionner le Mont-Saint-Michel et sa baie comme un site mondial** où l'excellence de l'accueil et la qualité des offres de découverte sont à la hauteur de la renommée du lieu.



Une thématique travaillée avec la Région Bretagne au travers d'un **contrat de destination**, en cohérence avec le plan de gestion Unesco en cours d'écriture.

« Vous êtes venus pour le Mont, vous resterez pour la Baie ! »

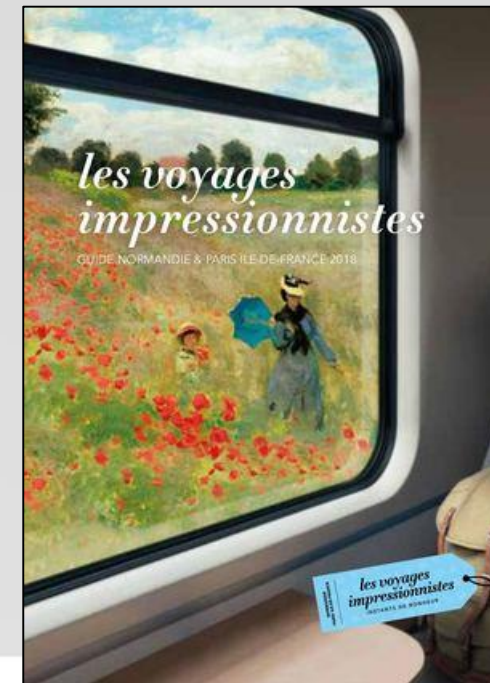


Normandie Paris Ile de France

Destination impressionnisme

- des lieux où les peintres ont vécu et qui sont désormais ouverts à la visite,
- les musées qui présentent leurs chefs-d'œuvre
- les paysages qu'ils ont peints et les villages d'artistes où ils se retrouvaient
- des événements très attendus
- des randonnées, des circuits, des croisières, des spectacles, des excursions, des séjours, tout un ensemble d'offres d'une très grande diversité, pour toute la gamme des publics.

Notre ambition: faire de l'impressionnisme en Normandie et en Ile-de-France l'une des destinations culturelles les plus attractives de la Destination France.



NORMANDIE MÉDIÉVALE



L'ambition: **Positionner la Normandie comme une des destinations phares de France et d'Europe sur la thématique médiévale, en valorisant l'épopée de la civilisation normande**

Un outil de management de la destination: **le cluster Normandie Médiévale**



Les filières prioritaires

- Le principe : une liste exhaustive
 - Cheval
 - Vélo
 - Tourisme d'affaires
 - Tourisme social
 - Tourisme industriel
 - Tourisme littéraire
 - Nautisme
 - Croisières



Les dispositifs

Le principe : simplification des aides

- **Le FACIT**
- **Les aides relatives aux destinations d'excellence**
 - Évènementiels d'intérêt régional
 - Lieux de visites (dont outils numériques)
- **Les filières**
 - Un taux unique (max 25%) mais des modalités adaptées à chaque sujet
 - Des filières « mûres » : cheval, vélo, tourisme social
 - Des filières en réflexion : nautisme, tourisme d'affaires, croisière

Fonds d'Aide au Conseil et à l'Innovation Touristique (FACIT)

- **Objectif:** sensibiliser les acteurs du tourisme à l'intérêt d'avoir recours à un conseil extérieur pour définir leur stratégie ou prendre une décision d'investissement.
- **Bénéficiaires:** Les porteurs de projets touristiques
=> Particulier / Association / Collectivité

Dépenses éligibles

- les prestations de conseil destinées à formaliser un projet touristique de développement/investissement (étude de marché, étude de faisabilité, stratégie de développement, étude sur l'organisation des ressources humaines ou le fonctionnement juridique de l'équipement, etc)

Taux d'intervention:

La Région intervient à hauteur de 50 % du coût T.T.C (ou H.T si le porteur de projet récupère la T.V.A) de l'étude.

Le seuil d'intervention est de 5 000 € minimum et l'aide est plafonnée à 15000€.

Investissements dans les lieux de visite touristique

- Objectifs:

Structurer une offre de haute qualité et à forte valeur ajoutée.

Ce dispositif vise à :

- renforcer et qualifier l'offre déjà existante,
- améliorer les conditions d'accueil des visiteurs sur notre territoire,
- faire émerger des lieux touristiques innovants,
- adapter les lieux de visites aux nouvelles pratiques et aux normes.

- Bénéficiaires

Toute structure, publique ou associative pouvant faire la démonstration d'une compétence et d'une stabilité financière avérées.

Création d'outil numérique de découverte

- Objectif :

Inciter les acteurs du tourisme normand à proposer de nouveaux outils de découverte au service de la médiation culturelle dans les sites vitrines de la destination.

- Critères:

Les outils numériques doivent :

- démontrer leur intérêt touristique,
- prendre en compte le public étranger (au moins anglophone),
- être accessibles aux publics en situation de handicap,
- respecter les mesures environnementales en vigueur et s'inscrire dans une démarche d'éco-responsabilité (économies d'énergie, gestion des déchets, éco-mobilité etc...).

Plusieurs types de services de médiation culturelle sont éligibles :

- Dispositif d'aide à la visite proposé in situ afin de faciliter les cheminements des visiteurs et de renforcer la compréhension de la thématique abordée (immersion dans une autre époque, outils de réalité augmentée, vidéo interactive....)
- Service ludique de découverte des contenus (écran tactiles, e-malette pédagogique, jeux mobiles interactifs, ...)
- Service de personnalisation visant à améliorer l'accueil de tous les publics (famille, enfants, groupes, étrangers, multilinguisme, e-accessibilité, e-inclusion...)
- Application en mobilité proposant des parcours de découverte des points d'intérêt du patrimoine normand

- Dépenses éligibles :

Les dépenses éligibles concernent toute dépense d'investissement nécessaire à la réalisation de l'outil de médiation culturelle, soit :

- Les contrats de prestation de services liés au projet.
- L'achat de matériel dédié au projet.
- Les frais de communication

- Taux d'intervention:

La Région intervient à hauteur maximum de 50% du cout HT du projet

Le seuil d'intervention est de 10 000 € minimum et l'aide est plafonnée à 30 000 € par projet.

- **Contact :**

Service Tourisme

Tél. : 02 31 06 95 72

tourisme@normandie.fr

Merci de votre attention !



DEPLOYER UN PROJET D'INNOVATION

UN PROJET ? LES QUESTIONS À POSER

- ✓ **Quels sont mes besoins ?**
Pour répondre à quelle problématique ? Pour offrir quel service ? Quelle est la cible ?
- ✓ **Quelles sont mes contraintes ?**
Connexion ? Equipe ? Budget ? Matériel ? Délai ? etc.
- ✓ **Quelle stratégie de communication ?**
Comment acquérir des utilisateurs ? Quel argumentaire ? Quelle formation pour le personnel ? etc.
- ✓ **Comment va vivre la solution après le lancement ?**
Quelle durée de vie cible ? Quelle fréquence de mise à jour ? etc.





Les organisateurs



Les partenaires



ÉVÈNEMENTS À RETENIR

Les Rendez-Vous du Tourisme Numérique

Mardi 11 décembre à Rouen

Mardi 22 janvier à St Lô

Mardi 12 mars à Caen

LES RENDEZ-VOUS
DU TOURISME NUMÉRIQUE



Le Pôle TES est soutenu par :



@LePoleTES 

Pôle TES 

www.pole-tes.com

PÔLE DE COMPÉTITIVITÉ TES

Contacts

Jessica REFFUVEILLE, Responsable Territoriale
jessica.reffuveille@pole-tes.com

Clarisse BATHO, Chargée de Projets
clarisse.batho@pole-tes.com

Le Pôle TES est soutenu par :



@LePoleTES 

Pôle TES 

www.pole-tes.com