



AIX Les Bains
FAITES LE TOUR DE VOS EMOTIONS

LES ACADEMIES DU **T**OURISME NUMERIQUE

CENTRE DES CONGRES
D'AIX-LES-BAINS

Be Connected

Dossier de Presse

> **11 & 12
JUIN 2015**

**Formation
réservée aux
PROS**

www.academiestourismenumerique.com



RhôneAlpes
tourisme

Edito



Cette année encore, [Aix-les-Bains](#), ville Evénements, maintient sa dynamique et sa volonté de [développer son tourisme d'affaires](#).

Cadre unique pour la réussite des manifestations professionnelles, la ville est reconnue comme un véritable territoire d'exception par les entreprises régionales et nationales.

Au cœur de ce dispositif, [les Académies](#) sont un exemple de succès en terme d'organisation et d'accueil, à mi-chemin [entre congrès et formation](#).

Parmi les différentes thématiques imaginées pour ces Académies, celle du [tourisme numérique](#) était pour nous, légitime et évidente.

Légitime, car Aix-les-Bains, [labellisée ville internet 5@](#), est un exemple de destination connectée.

Evidente, car aujourd'hui le numérique est devenu un [vecteur essentiel du développement touristique](#) et économique.

Pour sa 2e édition, l'OT d'Aix-les-Bains a pu compter cette année encore sur le soutien :

1. de coorganisateurs prestigieux :
 - [Atout France](#), qui, par le biais des Palmes du Tourisme Numérique, récompense les meilleures réalisations numériques initiées par des acteurs touristiques privés et institutionnels.
 - [Rhône Alpes Tourisme](#), qui, par le biais de son Pôle de Professionnalisation Trajectoires Tourisme, soutient la formation.
2. de solides partenaires locaux financiers : [l'Entente intercommunautaire du lac du Bourget et ses Montagnes](#), la [Banque de Savoie](#), [Savoie Mont Blanc Tourisme](#) ;
3. et de partenaires qui œuvrent pour la promotion des Académies : [CCI 73](#), [FAGIHT](#) et les [Offices de Tourisme de France](#).



Dominique DORD
Député Maire d'Aix-les-Bains
Président Office de Tourisme d'Aix-les-Bains



Le député maire Dominique Dord, et son adjoint élu au tourisme, Michel Frugier, vous donnent RDV [jeudi 11 juin à 13h30](#) au Centre culturel et des congrès d'Aix-les-Bains pour [l'inauguration officielle](#) des Académies du Tourisme Numérique.

Au programme : [visite des stands](#) dans le hall d'exposition et à 14h [discours](#) du député maire dans l'auditorium.



Une dimension nationale pour des enjeux internationaux



Après une première édition au succès avéré, Atout France a décidé de poursuivre cette initiative qui faisait défaut jusque-là : allier une **formation** aux enjeux et aux outils numériques en faveur des destinations comme des entreprises de tourisme, avec la distinction des **initiatives les plus remarquables** de l'année écoulée.

Aujourd'hui, **c'est tout le tourisme qui est numérique** : il est réducteur de parler exclusivement de e-tourisme. De l'avant vente à l'après vente, de la séduction à la commercialisation, de l'accueil à la délivrance des services et même des visas, en passant par l'orientation, l'information et la compréhension, aucune des étapes et des composantes du tourisme n'échappe à cette dimension digitale.

Il faut donc informer, mais aussi **former**, donner des clés stratégiques non seulement aux spécialistes numériques mais également à **tous les acteurs de la chaîne de production**, à commencer par les décideurs. C'est l'ambition que Atout France porte dans ces Académies notamment au travers des « **Palmes du tourisme numérique** » qui doivent être un accélérateur de réussite des entreprises et opérateurs primés.

C'est surtout une exigence dans les orientations du gouvernement en direction du tourisme pour **développer l'économie touristique et numérique**.

Christian MANTEI
Directeur Général de Atout France



Dans le secteur économique du tourisme et des loisirs, **l'internet collaboratif est devenu la règle** : notre métier aujourd'hui, c'est faire partager une expérience. L'intelligence collective s'est organisée, les modes de circulation de l'information sont déstructurés, et **les acteurs éprouvent des difficultés logiques d'adaptation**. En conséquence, les gestionnaires de destinations sont amenés à conduire des changements de posture pour préparer les mutations territoriales et économiques.

Dans cette logique d'entreprise de services guidée par le digital interactif et l'innovation, **Rhône-Alpes Tourisme** a défini récemment ses priorités :

- **créer plus de valeur ajoutée** en s'engageant dans une démarche de prestation de services à destination des territoires et des professionnels de Rhône-Alpes,
- créer de **nouveaux modèles économiques** en révisant le financement de ses missions,
- **valoriser le projet** plutôt que le métier en décloisonnant son activité et en conjuguant ses compétences,
- **adopter de nouvelles postures** en termes de marketing et intégrer de nouveaux savoir-faire comme la formation.

Pour les institutionnels du tourisme, un enjeu central émerge : celui de **concevoir une chaîne de services au profit de la mutualisation entre les territoires**, et pour donner du sens à l'offre.

Marc BECHET
Directeur Général de Rhône Alpes Tourisme



Des Académies pour tous !



Notre cible

Les Académies du tourisme numérique s'adressent à tous les professionnels du tourisme, institutionnels et privés, destinations et entreprises du secteur.



Notre objectif

Fournir aux acteurs du tourisme des outils concrets pour réussir leur stratégie numérique.



Notre positionnement

Apporter un éclairage particulier sur la gestion connectée de nos offres touristiques.

En juin 2014, le Centre des Congrès d'Aix-les-Bains a accueilli la **1ère édition des ATN** :

- un événement à portée nationale co-organisé par **Atout France** et **Rhône Alpes Tourisme**,
- 2 jours de **formation certifiée** à destination des professionnels du tourisme, pour apprendre et échanger,
- un **écho national** auprès de l'ensemble de la presse pro pendant toute la manifestation.

Chiffres clés de la 1^{ère} édition :

- 350 visiteurs, dont 92 % satisfaits de la formation.
- 25 exposants
- 35 intervenants
- 40 candidatures pour les Palmes du Tourisme Numérique et 4 lauréats
- 13 partenaires institutionnels et privés
- + de 10 000 connexions en l'espace de 4 mois sur le site web



**Etre informé c'est bien,
être formé c'est mieux !**



Au cœur d'une région
qui enregistre les plus
grandes concentrations de
prestations touristiques,

Les Académies du Tourisme Numérique ont **deux objectifs** :

Proposer **une formation certifiée** sur le tourisme numérique par les
plus grands spécialistes du domaine,

Etre **un lieu d'échanges** entre professionnels du tourisme, tant privés
qu'institutionnels.

Les Académies se dérouleront à :



Be Connected

L'enjeu pour tous les acteurs du tourisme : **proposer une offre connectée**, c'est à dire :

- une offre touristique qui **sait s'adapter à l'évolution du numérique** et à celle des **besoins des touristes**,
- mais également une offre où acteurs **publics** et acteurs **privés** du tourisme, ont opté pour une **stratégie numérique commune**, leur permettant de renforcer les liens avec les internautes.

Comment tendre **vers une offre connectée** ?

Outre la mise en place de services numériques, une offre connectée doit être **visible**, accessible, **cohérente**, participative, **attractive**, alerte et **innovante**.

Les Académies aborderont tous ces thèmes clés qui occupent notre quotidien voué au service du **développement touristique**.

En plus des plénières et des labos techniques, les Académiciens pourront **suivre un parcours spécifique de 4 modules**, leur permettant de répondre à une **problématique bien précise**, en fonction de leurs besoins.

Trois problématiques sont proposées en fonction du niveau des Académiciens :



Comment asseoir son e-reputation et garder une longueur d'avance grâce au digital ?

Parcours Expert

Module 1 Atteindre les marchés étrangers grâce au digital

Module 2 Atteindre de nouveaux clients B to B grâce aux réseaux sociaux pros

Module 3 Réseaux sociaux et gestion de la réputation en ligne

Module 4 Améliorez votre stratégie de contenus : L'inbound Marketing pour mieux capter l'attention de vos cibles



Comment gagner en rentabilité ?

Parcours Intermédiaire

Module 1 Outils de mesure d'audience sur les réseaux sociaux

Module 2 Exploitez les réseaux sociaux pour démultiplier votre impact publicitaire

Module 3 Marketing expérientiel : l'exemple du patrimoine

Module 4 Les meilleures pratiques du tourisme mobile



Comment développer son chiffre d'affaires grâce au digital ?

Parcours Débutant

Module 1 Les clefs de l'indépendance commerciale (FAGIHT)

Module 2 Comment faire évoluer sa stratégie SEO pour gagner en trafic et en CA ?

Module 3 Marketing relationnel : les nouvelles clés de succès de la GRC

Module 4 Web sémantique : approche et enjeu

2 JOURS pour apprendre et partager

Les Académies proposent sur **deux jours** :



4 Plénières

S'ouvrir à d'autres réflexions et évolutions avec de grandes enseignes nationales.



4 Modules

Savoir exploiter de nouveaux outils et les appliquer tout de suite.



2 Labos techniques

Découvrir des études de cas clients réussis, animées par des agences numériques.



1 Espace Entreprises

Rencontrer et échanger avec des prestataires TIC.



1 Soirée de gala au Casino

Vivre tous ensemble un moment festif et convivial.

Au cours de la soirée, remise des Palmes du tourisme numérique de Atout France.



PROGRAMME

JEUDI 11 JUIN

9h30-10h30	Conférence d'Ouverture « Les nouvelles tendances du digital »
10h30-11h30	Rencontre Exposants - Hall d'exposition
11h30-12h30	1^{ère} série de Modules , au choix entre 3 : - Atteindre les marchés étrangers grâce au digital - <i>Niv Expert</i> - Outils de mesure d'audience sur les réseaux sociaux - <i>Niv Intermédiaire</i> - Les clefs de l'indépendance commerciale (FAGIHT) - <i>Niv Débutant</i>
12h30-14h	Déjeuner Buffet - Hall d'exposition
14h-15h30	Table ronde Plénière « Connectez vos marques : Be visible »
15h30-16h30	Rencontre Exposants - Hall d'exposition
16h30-17h30	1^{ère} série de Labos Techniques , au choix entre 4 Etudes de cas animées par les agences numériques
18h-19h	2^{ème} série de Modules , au choix entre 3 : - Atteindre de nouveaux clients B to B grâce aux réseaux sociaux pros - Exploitez les réseaux sociaux pour multiplier votre impact publicitaire - Comment faire évoluer sa stratégie SEO pour gagner en trafic et en CA ?
20h	Remise des Palmes du Tourisme Numérique de Atout France Dîner de Gala au Casino Grand Cercle

VENDREDI 12 JUIN

9h30-10h30	3^{ème} série de Modules , au choix entre 3 : - Réseaux sociaux et gestion de la réputation en ligne - <i>Niv Expert</i> - Marketing expérientiel : l'exemple du patrimoine- <i>Niv Intermédiaire</i> - Marketing relationnel : les nouvelles clés de succès de la GRC - <i>Niv Débutant</i>
10h30-11h30	Rencontre Exposants - Hall d'exposition
11h30-12h30	Table ronde Plénière « Déployez vos destinations : Be desirable »
12h30-14h	Déjeuner Buffet - Hall d'exposition
14h-15h	2^{ème} série de Labos Techniques , au choix entre 4 Etudes de cas animées par les agences numériques
15h-16h	Rencontre Exposants - Hall d'exposition
16h-17h	4^{ème} série de Modules , au choix : - Améliorez votre stratégie de contenus : L'inbound Marketing - Les meilleures pratiques du tourisme mobile - Web sémantique : approche et enjeu
17h-18h30	Conférence de Clôture « Entreprises, boostez votre CA grâce aux médias sociaux »



Les Palmes du Tourisme Numérique de Atout France



Les Palmes du Tourisme Numérique 2015 de Atout France

Dans le cadre des Académies du Tourisme Numérique organisées par l'Office de Tourisme d'Aix-les-Bains en partenariat avec Atout France et Rhône-Alpes Tourisme, l'Agence organise la 2e édition des Palmes du Tourisme Numérique afin de récompenser des applications numériques innovantes dans le secteur du tourisme, en partenariat avec TourMag.com.

Cette initiative répond notamment au souhait exprimé par Laurent Fabius, Ministre des Affaires étrangères et du Développement international, en conclusion des Assises du Tourisme le 19 juin 2014, de lancer un concours autour d'applications innovantes qui accompagneront les touristes au long de leur séjour.

En 2015, les Palmes du Tourisme Numérique viseront à récompenser des applications numériques innovantes dans le secteur du tourisme (en ligne et/ou en situation de mobilité), en projet ou déjà développées, par des acteurs publics ou privés.

Elles doivent apporter ou améliorer le(s) service(s) aux utilisateurs, avec pour objectif le développement de l'activité du secteur, la valorisation, la promotion ou la commercialisation de tout ou partie de l'offre touristique française. Ces applications numériques doivent utiliser ou avoir pour source l'Open Data.

Le jury, présidé par Christian Mantei, Directeur Général de Atout France, était composé de représentants de l'Agence, de Rhône-Alpes Tourisme, de l'Office de Tourisme d'Aix-les-Bains, de TourMag.com et de personnalités du secteur numérique. Il s'est réuni fin mai afin d'examiner les dossiers.

Les 4 Palmes (2 pour des applications existantes et 2 pour des projets en cours de développement) seront remises officiellement jeudi 11 juin au cours de la soirée de gala des Académies du Tourisme Numérique. Des mentions spéciales pourront être également attribuées.

Les 4 lauréats bénéficient d'un renforcement de leur visibilité grâce à une communication, en direction de la presse, du grand public et des professionnels notamment sur le site internet et les réseaux sociaux de Atout France, et des partenaires, ainsi que deux entrées offertes aux Académies du Tourisme Numérique qui se déroulent jeudi 11 & vendredi 12 juin à Aix-les-Bains.





Liste des candidats aux Palmes du Tourisme Numérique - nom de l'appli/site

- APPLICATIONS/SITES : SERVICE ACCESSIBLE

PARIS HELPINE – PARIS HELPLINE
WIIDII – WIIDII
CRT LORRAINE – ULYS Les vitrines numériques connectées
FO-DESIGN – WELCOME IN France/ED'IT KIOSQUE
CÔTE D'OR TOURISME – BOURGOGNE RANDO VIGNES
MAJORCOACH – MAJORCOACH.COM
Centre de Création Musicale Voce – A STRADA MUSICALE
OFFICE DE TOURISME Roissy Clé de France – Roissy-en-France : un accueil numérique dédié aux touristes en escale
PATRYST - VIZIBOOK
LE TOUQUET PARIS PLAGE TOURISME – LE TOUQUET
GOLFSTARS SAS - GOLFSTARS
DIPLOPIXELS – INDIE GUIDES
CCI NICE COTE D'AZUR – CRUISE PASSENGER GUIDE
CIRKWI - CIRKWI
OT DE GUEBWILLER – RANDONNEES DU GRAND BALLON ALSACE FRANCE
CRDT AUVERGNE – AUVERGNE SEARCH
SYNDICAT MIXTE D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE DU HAUT ALLIER – RANDOMOBILE SOURCES ET GORGES DE L'ALLIER
LE BOAT – LE BOAT /COMPAGNON DE CROISIERE
PAS DE CALAIS TOURISME – DATA TOURISME 62
HUBWISER – LE V3 : Visite Virtuelle en Vidéo
COMPAGNON INFORMATIQUE – ANGERS MOBILE
SPL LYON CONFLUENCE – MY CONFLUENCE
OFFICE DE TOURISME D'AJACCIO – IPÂQUES AJACCIO
MES SORTIES CULTURE – MES SORTIES CULTURE
LE TOUQUET PARIS PLAGE TOURISME – LE TOUQUET PARIS PLAGE TV
OT DU DEVOLUY – NATURE PASS
SAS OPENAGENDA – OPENAGENDA
HOTEL ROYAL MONCEAU – HOTEL ROYAL MONCEAU-RAFFLES PARIS
YOUAND – TU FAIS QUOI CE WEEKEND
OT DU SAINT QUENTINOIS
RESEAU EN SCENE LANGUEDOC ROUSSILLON – CultiZer
LE COLLECTIONIST - LE COLLECTIONIST
OT DE QUIMPER CORNOUAILLE – APPLICATION QUIMPER VILLE CAPITALE
E-LIBERTY SERVICE SAS – E-LIBERTY TOUCH
SARL LOQ' APPART – NUIT DE REVES
LES ARCS BOURG SAINT MAURICE TOURISME – READY, le film des Arcs
LES ARCS BOURG SAINT MAURICE TOURISME – CATCH THE PANDA, le jeu des Arcs
MOSELLE TOURISME – ENJOY MOSELLE

- APPLICATIONS/SITES : EN COURS DE DEVELOPPEMENT

CRT MIDI PYRENEES – CHEMINS DE SAINT JACQUES DE COMPOSTELLE
MY PROVENCE BONS PLANS – MY PROVENCE BONS PLANS
FEDERATION FRANCAISE DE CYCLOTOURISME – VELOENFRANCE.FR
HERMITAGE TOURNONNAIS TOURISME – D'HERMITAGE EN SAINT JOSEPH – MA ROUTE DES VINS A LA CARTE
COMMUNAUTE DE COMMUNES DU BEAUFORTAIN/COMMUNAUTE DE COMMUNES DU VAL D'ARLY – L'EMPREINTE DES GRANDES ALPES
OTC DE MARSEILLE – CITY PASS MARSEILLE
CDT HAUTE BRETAGNE – L'ADDICTIVE HAUTE BRETAGNE
CDT HAUTE BRETAGNE – TRESORS DE HAUTE BRETAGNE
POLE METROPOLITAIN DE LA COTE D'OPALE – APP'Y MARINAS COTE D'OPALE
AMARIX – FLUENTILA
VISITEOO – VISITEOO
SAS MY APPY TOURS - GUIDEEZ
OT LES MENUIRES/SAINT MARTIN – La pluie fait le beau temps
CREWNICLÉ - RANGER
OT D'AJACCIO – BY AJACCIO
DIRECTION DU TOURISME ET DES CONGRES – MONACO EN 360°
HAUTE-SAVOIE NORDIC – NORDIC PASS HAUTE-SAVOIE



Les Nouveautés 2015



Application ATN et balises e-beacons

A destination des participants, l'appli leur permettra d'accéder simplement à de **nombreuses informations utiles** tout en enrichissant leur expérience des ATN :

- Consulter le programme des ATN ainsi que la liste des exposants
- Constituer un **programme personnalisé** et le partager sur les réseaux sociaux
- Suivre l'évènement sur les réseaux sociaux grâce **au fil d'actualité**
- Naviguer facilement dans le Centre des congrès grâce aux **beacons** installés sur le site
- Accéder à un contenu enrichi pour chacune des conférences grâce à la **localisation avancée**
- **Donner son avis** sur les sessions directement sur son smartphone
- Recevoir **en temps réel** des informations pratiques.

hōtentic
SOLUTIONS E-TOURISME





Une conférence gratuite,
ouverte à toutes les entreprises



Jean-François MESSIER
en exclusivité à Aix-les-Bains

Cette année, les ATN s'ouvrent **au monde des entreprises**, tous secteurs confondus, en donnant à tous les professionnels, l'accès gratuit à sa conférence de clôture qui aura lieu **le vendredi 12 juin de 17h à 18h30** dans l'auditorium :

« Entreprises : Boostez votre CA grâce aux médias sociaux »

70% des prospects ont fait leur short-list avant de vous rencontrer grâce au web...

1h30 de conférence pour :

- Vous dévoiler les 10 clés pour intégrer cette short-list
- Identifier et influencer de nouveaux prospects sur internet

Infos & Inscriptions sur : www.aix-destinationaffaires.com/messier/

Entrée Gratuite (nombre de places limité)



Les Organisateurs



Entre lac et montagnes, idéalement situé au cœur de la Savoie et facile d'accès, Aix-les-Bains offre un magnifique écrin au tourisme d'affaires : équipements et prestations y atteignent des sommets dans un espace où tout est à proximité.

Une ville aux multiples atouts

Parce que le succès des rencontres professionnelles est aussi lié au cadre dans lequel elles se déroulent, Aix-les-Bains s'affiche comme un site d'exception, véritable terrain de jeux pour faire le plein d'activités et de sensations.

Aux portes du parc naturel régional des Bauges, Aix-les-Bains côtoie les côtes sauvages du plus grand lac naturel de France, le lac du Bourget et offre aussi à ses visiteurs un formidable panorama sur les Alpes.

La ville conjugue douceur de vivre et dynamisme, gastronomie et culture mais aussi bien-être et ressourcement, le tout dans un environnement naturel d'exception.

Riche d'une histoire prestigieuse où les grands penseurs et les têtes couronnées venaient profiter des sources chaudes (encore en activité aujourd'hui), la ville séduit par son patrimoine architectural Belle Epoque. Entre Palaces, Casino, Golf, Thermes mais aussi plages, nautisme, remise en forme ou encore rando, ski et moto-neige, Aix-les-Bains apporte une réponse toute l'année aux attentes des organisateurs.

Le bien-être pour vocation

Le thermalisme s'inscrit dans le patrimoine historique et culturel de la ville et dévoile ses bienfaits au cœur d'une nature généreuse. De cette histoire, Aix a développé toute une gamme d'offres de remise en forme en eau thermale, de balnéothérapie et de spas.

Intégrées aux hôtels ou proposées dans des établissements spécifiques, ces formules de bien-être permettent aux organisateurs d'offrir à leurs participants des pauses détente.

Simple et facile d'accès

Située en plein cœur de la région Rhône-Alpes, Aix est accessible en TGV à 3h de Paris ou par avion, à 45min des aéroports de Lyon St Exupéry et de Genève.

Au carrefour des autoroutes A43 et A41, l'accès en voiture est également simplifié pour des participants venant de toute la France.

Un espace original pour les incentives

A vos invités, offrez des moments intenses sur la neige, en scooter ou traineaux à chiens, une croisière sur l'eau ou l'air pur de vols en parapente. Organisez une journée d'exception avec une animation en catamaran le matin et une randonnée quad l'après-midi, ponctuée par un tour d'hélicoptère à l'heure du déjeuner !

Entre un lac à 26° l'été et une montagne facilement accessible, la destination offre une palette impressionnantes d'activités pour renforcer la cohésion et stimuler le dynamisme des équipes.





Atout France, l'Agence de développement touristique de la France

Avec 84,7 millions de visiteurs internationaux ayant généré 42,2 milliards d'euros de recettes touristiques en 2013, le tourisme constitue une industrie majeure pour la France, représentant 7,43% de son PIB.

Atout France, créée en 2009 afin de favoriser le développement de ce secteur, poursuit cet objectif par le biais de différentes missions :

Observer et analyser les marchés touristiques

L'Agence entretient un dispositif approfondi et permanent de veille et d'analyse du marché touristique international.

Cette connaissance de l'offre et de la demande lui permet de disposer d'une vision la plus complète possible de l'état des marchés touristiques et de définir ainsi les grandes orientations stratégiques nécessaires pour le développement du tourisme français.

Renforcer l'offre touristique française et la commercialiser

Afin d'accroître la compétitivité des entreprises et l'attractivité des destinations françaises, Atout France met à leur disposition son expertise en ingénierie touristique. L'Agence accompagne près de 1200 professionnels partenaires (Comités régionaux et départementaux du tourisme, offices de tourisme et plus de 800 entreprises privées), dans leurs opérations de marketing et de promotion touristique en France comme à l'international. Plus de 2000 opérations de promotion ciblant le grand public, les professionnels et la presse sont mises en place chaque année.

Optimiser la qualité des prestations

Atout France est en charge de missions spécifiques visant à améliorer la qualité de l'offre. Cela concerne le classement des hébergements de tourisme, l'immatriculation des opérateurs de voyages mais également le suivi et la promotion de labels comme « Vignobles & Découvertes » pour l'œnotourisme.

Un territoire d'intervention local, national et international

Atout France développe ses missions à l'international grâce à un réseau de 31 bureaux répartis dans 29 pays. Sa zone d'intervention est étendue à 70 marchés grâce aux actions menées en collaboration avec les services des Ambassades de France. Cette organisation unique, qui mobilise plus de 250 personnes, lui permet d'approfondir en permanence sa connaissance des marchés et des clientèles internationales pour cibler et relayer au mieux les actions de ses partenaires, de la conception d'un projet à sa commercialisation.

Pour en savoir plus : www.atout-france.fr ou www.rendezvousenfrance.com



Rhône-Alpes Tourisme

Le secteur du tourisme et des loisirs connaît aujourd'hui de fortes mutations, tournées vers le partage d'expériences. L'intelligence collective s'est organisée, les modes de circulation de l'information sont déstructurés, et les acteurs éprouvent des difficultés logiques d'adaptation. En conséquence, les gestionnaires de destinations sont amenés à conduire des changements de posture pour préparer les mutations territoriales et économiques. Création de valeur, politique de services, gestion de communautés, développement économique durable, valorisation de la qualité de l'accueil...

En réponse à ces enjeux, le numérique est un facteur clé de compétitivité dans le secteur du tourisme. La montée en compétence de tous les acteurs de nos territoires doit être au cœur de nos préoccupations pour rester une destination leader et visible sur un marché très concurrentiel. C'est le rôle de Rhône-Alpes Tourisme de favoriser cette montée en compétence et d'accompagner les projets en même temps que d'animer des communautés de professionnels dans une logique collaborative.

Le symbole de cette gouvernance partagée en Rhône-Alpes, c'est le Système d'Information Touristique Rhône-Alpes SITRA. Plus qu'un outil (qui comprend 183.000 fiches géo localisées dans la base de données), Sitra est avant tout un réseau d'acteurs du tourisme qui s'étend bien au-delà de nos limites territoriales, comptant 800 structures membres et plus de 8.000 utilisateurs. L'écosystème est composé des offices de tourisme et comités départementaux, des diffuseurs privés et institutionnels, des prestataires techniques, des écoles, des start-up, des professionnels. Objectif : permettre à chacun de réussir ses stratégies numériques individuelles. Au total, ce sont 760 projets qui sont aujourd'hui alimentés par Sitra. En savoir plus : www.sitra-tourisme.com

Les métiers du tourisme, c'est faire partager une expérience. La vidéo est donc au cœur des enjeux. Le bouquet de chaînes RhoneAlpes TV, dédié à la découverte et à la promotion des territoires de Rhône-Alpes, a fêté sa première année d'existence en septembre dernier. Avec plus de 2,8 millions de vues et des contenus fortement enrichis, les 15 chaînes ont su trouver leurs publics. En un an, ce sont plus de 271.000 visiteurs qui se sont rendus sur les chaînes. Le modèle économique et technologique de la plateforme Rhône-Alpes Images et du bouquet RhoneAlpes TV a déjà séduit nombre de diffuseurs. Son principe collaboratif consiste à cumuler les audiences des programmes du bouquet, celles des chaînes partenaires également hébergées sur la plateforme (ViaRhona TV, Savoie Mont-Blanc TV et Ardèche TV) ainsi que celles des players intégrés sur des sites internet et des blogs. En savoir plus : www.rhonealpes.tv

Plus d'infos
pro.rhonealpes-tourisme.com
Twitter @TourismeProRA



Partenaire Privé



La Banque de Savoie, partenaire des Académies du Tourisme Numérique

La Banque de Savoie s'engage aux côtés de l'Office de tourisme d'Aix-les-Bains pour lancer la deuxième édition des Académies du Tourisme Numérique.

La Banque de Savoie trouve dans cet événement un écho à son engagement, qui fait de l'accompagnement des professionnels du Tourisme dans les Pays de Savoie, une priorité.

Depuis son origine, la Banque de Savoie est présente dans les stations thermales et encourage l'activité touristique. Dès les années 50 et 60, alors que les sports d'hiver prennent de l'ampleur, la Banque de Savoie participe au développement du tourisme en investissant dans les stations de montagne. Pionnière dans l'industrie du tourisme de montagne, elle compte 13 agences dans les plus belles stations alpines et s'impose comme l'un des acteurs bancaires référents dans ce secteur. Son positionnement géographique lui permet de soutenir une activité touristique à la fois hivernale et estivale.

La Banque de Savoie est très attentive au développement du tourisme des Pays de Savoie et sait prendre en compte les spécificités des activités liées au tourisme : saisonnalité, attractivité, internationalisation, évolutions des comportements et du mode de vie des consommateurs. C'est pourquoi elle met à disposition et fait évoluer sans cesse une offre de services spécifiques pour les professionnels du tourisme.

A l'heure où l'attente des clients est dans une relation organisée autour de l'humain, de la confiance et du dialogue, mais où ils utilisent de plus en plus les nouvelles technologies dans leur vie quotidienne, la volonté de la Banque de Savoie est « d'Offrir le meilleur des deux mondes » à ses clients.

Nous œuvrons également afin de leur permettre de l'offrir, aussi, à leur clientèle.

Nos équipes s'investissent et innovent pour proposer des solutions « e-commerce » adaptées, simples à mettre en œuvre et compétitives.

La Convention de partenariat entre l'Office de tourisme d'Aix-les-Bains et la Banque de Savoie s'articule autour de :

- un soutien financier de la Banque de Savoie
- un accueil privilégié pour ses clients du secteur touristique à l'occasion de la conférence plénière d'ouverture « Les nouvelles tendances du digital » animée par Frédéric Van Houtte.

La signature de cette Convention de partenariat par Dominique DORD, Député Maire d'Aix-les-Bains et Luc HERMET, Directeur Général de la Banque de Savoie a eu lieu ce jour, vendredi 29 mai, à Aix-les-Bains.



A propos de la Banque de Savoie

Pour mériter la confiance de ses clients, la Banque de Savoie reste fidèle à des valeurs qui sont indissociables de la mission d'un banquier-assureur. Etre disponible pour échanger avec chaque client, connaître précisément sa situation, l'accompagner dans ses projets et faire preuve d'efficacité dans les réponses, telle est sa ligne de conduite au quotidien, avec ténacité et ceci dans chacune de ses agences. Cet état d'esprit résulte de la stabilité de la Banque de Savoie : c'est son expérience de plus de 100 ans qui lui permet de soutenir chaque jour les projets d'avenir de ses clients. L'engagement est inhérent à son métier : celui qu'elle contracte avec eux se traduit par des réponses argumentées sur tous les sujets de banque et d'assurance, en toute humilité et discrétion.

La Banque de Savoie en quelques chiffres et données (au 31.12.2013)

Société Anonyme à Conseil d'Administration, comprenant des personnalités du monde économique local :

Directeur Général : Luc Hermet

Président du Conseil d'Administration : Jean-Claude Lemoine

Création : 1912

Encours des dépôts : 1048 ME

Encours des emplois : 939 ME

Coefficient d'emploi : 90%

Produit net bancaire : 47,1 ME

Résultat net : 8,4 ME

Nombre de clients : 53 192 clients

Effectif inscrit : 342

Nombre d'agences : 49

La Filiation de la Banque de Savoie

Filiale de la Banque Populaire des Alpes depuis 2008, la Banque de Savoie a intégré, à ce titre, le Groupe BPCE.

Sa filiation à la Banque Populaire des Alpes offre à la Banque de Savoie les moyens de développer sa marque, son activité commerciale et sa structure, tout en l'encourageant à conserver sa culture « Banque de Savoie » et la proximité humaine qui la caractérisent.

Le Groupe BPCE, deuxième groupe bancaire en France, s'appuie sur deux réseaux de banques commerciales autonomes et complémentaires : celui des 18 Banques Populaires et celui des 17 Caisses d'Epargne. Dans le domaine du financement de l'immobilier, il s'appuie également sur le Crédit Foncier. Il est un acteur majeur de la Banque de Grande Clientèle, de la gestion d'actifs et des services financiers avec Natixis. Le Groupe BPCE compte plus de 36 millions de clients et bénéficie d'une large présence en France avec 8 000 agences, 108 000 collaborateurs et plus de 8,9 millions de sociétaires.

Contact presse : Banque de Savoie :

Clara Mimenza

Responsable Communication

Tél. : 04 79 70 95 49

clara.mimenza@banque-de-savoie.fr



Partenaires institutionnels



SAVOIE MONT BLANC TOURISME

Première destination mondiale de sports d'hiver avec ses 110 stations et destination Montagne préférée des Français l'été, les départements de Savoie et Haute-Savoie constituent ensemble un acteur-clé du secteur touristique.

Après avoir investi ces dernières années les mass-médias pour installer avec succès la marque destination Savoie Mont Blanc, Savoie Mont Blanc Tourisme poursuit le virage amorcé en 2014 avec des actions numériques ciblées. Objectif : nourrir une nouvelle stratégie désormais majoritairement tournée vers le marketing relationnel à travers une présence très offensive sur les réseaux sociaux et le recrutement de contacts visant respectivement d'ici fin 2015, 300 000 fans Facebook et plus de 200 000 contacts qualifiés.

À noter également, le lancement d'une appli mobile spéciale cyclo. Développée en partenariat avec Cirkwi, éditeur spécialiste de la cartographie en ligne, VÉLO SAVOIE MONT BLANC permet d'accéder à 325 parcours et à l'ensemble des infos pratiques grâce à la géolocalisation. En agrégeant ainsi l'ensemble de l'offre cyclo sur cette appli, Savoie Mont Blanc Tourisme déploie un système innovant et unique en montagne, assurant la valorisation de la filière vélo à l'échelle d'une destination. Disponible gratuitement sur Apple Store et Google Play.

+ de détails sur la campagne Printemps-Eté 2015 : http://pro.savoie-mont-blanc.com/var/ezwebin_site/storage/original/application/7d556b24205fc5d9f559b0314e6b4594.pdf

+ de détails sur l'appli VELO SAVOIE MONT BLANC : http://pro.savoie-mont-blanc.com/var/ezwebin_site/storage/original/application/8ee5bb6db1c3262dfd544fb72e9dcde3.pdf

Contact presse :
Muriel Della Mea
presse@smbtourisme.com
Twitter : @SavoieMontBlanc





L'Entente intercommunauté du Lac du Bourget

L'Entente intercommunauté du Lac du Bourget et ses montagnes soutient les académies du Tourisme numérique pour sa 1ère édition.

Ces académies apportent des réponses concrètes en termes de formation autour des enjeux du numérique pour tous les professionnels du tourisme.

Mieux appréhender le numérique, connaître toute l'étendue du paysage digital et s'ouvrir sur toutes les possibilités et innovations du web sont les objectifs prioritaire de notre territoire, qui doit muter en web 2.0.

Nous offrons ainsi à chaque acteur touristique du Lac du Bourget, la possibilité de se former à toutes ces bonnes pratiques, de rencontrer des professionnels expérimentés et d'échanger avec d'autres professionnels du secteur public et privé.

L'Entente intercommunautaire a à cœur que le territoire continue son déploiement numérique, gagnant en visibilité et en accessibilité pour le grand public et donc pour la destination touristique.



CCI Savoie

Le tourisme en Savoie représente 52% du PIB, c'est un secteur d'activité majeur pour le territoire de la Savoie qu'il convient de préserver en s'adaptant aux importantes évolutions.

Le développement du tourisme numérique est devenu aujourd'hui le moyen de communication et de commercialisation incontournable pour les destinations touristiques.

Il constitue un réel levier d'attractivité, indispensable pour le devenir de la filière, des professionnels, des institutionnels et des entreprises Savoyardes.

En étant présente aux « Académies du tourisme numérique » les 11 & 12 juin 2015 à Aix les Bains, la CCI Savoie se donne les moyens d'accompagner ses entreprises dans leur stratégie numérique.



La Fédération Autonome Générale de l'Industrie Hôtelière Touristique

La FAGIHT/GNI* s'implique pour la 2ème année aux Académies du Tourisme Numérique au Centre des Congrès d'Aix-Les-Bains. La FAGIHT/GNI est une organisation qui représente les intérêts des professionnels indépendants des HRCD, qui sont tous des acteurs du tourisme ; Depuis plus de 6 ans, la FAGIHT et le SYNHORCAT* dénoncent les dérives prises par les plateformes de réservation en ligne. Dernièrement, le GNI a obtenu une première victoire contre la société EXPEDIA sur les clauses tarifaires de parité.

Pascal DROUX, président des hôteliers de FAGIHT/GNI et Thomas YUNG, consultant, seront présents le Jeudi 11 juin pour échanger avec les professionnels hôteliers-restaurateurs sur les Clefs de l'indépendance commerciale.

La FAGIHT représente, depuis sa création en 1968, l'Hôtellerie Restauration de séjour et saisonnière française. Toute son action est tournée vers la défense et la promotion des professionnels des cafés, hôtels et restaurants indépendants. Elle représente ainsi leurs intérêts face aux pouvoirs publics tant au niveau national qu'international. C'est une défense active, des analyses, des initiatives, des propositions et des réalisations constructives en faveur de la profession. Elle accompagne, assiste et informe au quotidien l'ensemble de ses adhérents en France Métropolitaine et Outre-Mer. Elle est membre du Groupement National des Indépendants (GNI).

** Le GNI est la seule Organisation Professionnelle indépendante au service des hôtels, cafés, restaurants, traiteurs organisateurs de réception et établissements de nuit indépendants et patrimoniaux. Didier Chenet est président du SYNHORCAT et du GNI, Claude Daumas, président de la FAGIHT est président délégué du GNI.*



Offices de Tourisme de France® : un réseau national au service du développement touristique des territoires

En sa qualité de représentant national des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative, Offices de Tourisme de France® a souhaité s'associer à l'Office de Tourisme d'Aix-les-Bains dans le cadre de ces 1eres Académies du Tourisme Numérique. Faire connaître et pérenniser le rôle incontournable de ses 2 500 adhérents en faveur du développement touristique local est l'une des principales missions de notre Fédération Nationale.

Face à la montée en puissance de l'e-tourisme et au renouvellement des pratiques des visiteurs (hyperconnexion, mobilité, réseaux sociaux, etc..), les Offices de Tourisme ont innové dans leur cœur de métier. Les espaces d'accueil physique ont été remodelés, des applications mobiles de visites ou des sites Internet de séjour ont vu le jour dans toute la France. Le positionnement et la stratégie numériques, au cœur des échanges de ces premières Académies, sont aujourd'hui une priorité de chaque membre de notre réseau national.

Portes d'entrées physiques et numériques (sites Internet, réseaux sociaux, bornes interactives...) de la France et de ses destinations, les Offices de Tourisme sont les principaux stimulateurs de la consommation touristique locale : référence en matière d'accueil et d'information qualifiée ; coordination des acteurs du tourisme local (apporteurs d'affaires) ; rôle majeur dans la promotion des territoires (campagne de communication, création d'une identité de destination, d'une marque touristique...) et l'animation des territoires (organisation d'évènements : manifestations culturelles ou sportives, etc...) ; élaboration de la politique touristique de la commune (stratégie de développement, projets d'équipements touristiques collectifs...) ; création et commercialisation de produits touristiques (séjours packagés, visites guidées, centrales de réservation hôtelière, produits locaux...).



Partenaires Médias

TourMaG.com
1er journal des professionnels du tourisme



LA GAZETTE OFFICIELLE
SOCIÉTÉ NOUVELLE API DU TOURISME

Prestataires Partenaires



hotentic
SOLUTIONS E-TOURISME

 **NOE interactive**





AIX Les Bains
FAITES LE TOUR DE VOS EMOTIONS

OFFICE DE TOURISME D'AIX-LES-BAINS

**Place Maurice Mollard
73100 Aix-les-Bains**

www.aixlesbains.com



CONTACT

Justine LOUIS

Chef de projet

Tél : 06 63 25 17 08

Mail : jlouis@aixlesbains.com