

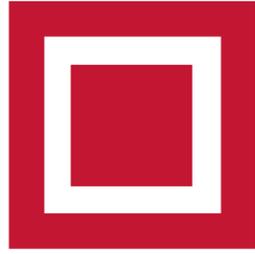
Livre Blanc

sur les Systèmes d'Information Touristique (SIT) et l'utilisation des données touristiques en Nouvelle-Aquitaine



Se donner collectivement les moyens de nos ambitions





INTRODUCTION

Les systèmes d'information touristique (SIT) ont aujourd'hui une longue histoire et une empreinte certaine sur l'ensemble de la chaîne d'acteurs publics et privés travaillant avec de la donnée touristique. Ils ont accompagné cet écosystème dans sa transformation numérique tout en lui fournissant **des ressources communes pour mieux informer, orienter et convertir les clientèles.**

Proposant une qualité de donnée et une expérience différente de celles des supports institutionnels, **de grandes plateformes numériques ont bousculé les pratiques des institutionnels, remis en cause leur fonctionnement et questionné la valeur des SIT.** Elles ont pris un poids considérable dans la numérisation des acteurs et la structuration du secteur. Devenues une porte d'entrée privilégiée par les touristes et socioprofessionnels, elles concurrencent les SIT et interfaces numériques des institutionnels du tourisme.

Leurs atouts : leurs technologies et la mobilisation de puissants financements, qui donnent à ces opérateurs privés la capacité à fournir des données qualitatives en temps réel tout en investissant sur l'acquisition de clients par les canaux numériques. **La question n'est donc pas tant celle de la donnée et de sa qualité, mais celle de la stratégie des institutionnels face à ces acteurs,** que ce soit sur leur périmètre fonctionnel (toutes les utilisations et outils autour du système d'information) ou sur la gestion et collecte de données.

Si le questionnement sur les SIT est nécessaire dans cette phase accélérée de transition numérique, il ne remet néanmoins pas en cause le travail fourni durant plus de 20 ans dans la numérisation de l'écosystème et de la donnée touristiques. **Les SIT sont des projets collectifs, axes forts dans la construction des relations entre institutionnels du tourisme,** permettant de constituer de premiers réseaux relationnels entre les OT, ADT et CRT et de construire des communautés au niveau national autour d'outils communs. Ils incluent également les socioprofessionnels, qu'il a été beaucoup plus facile d'accompagner et d'impliquer via ces outils.

Les SIT ont joué un rôle fondamental dans l'organisation et l'animation des politiques publiques du tourisme. Ils ont notamment apporté une compétence avérée en transformation numérique, comme en témoigne la mise en place du dispositif territorial d'animateurs numériques par la MONA pour accompagner ces socioprofessionnels. **Le SIT est également un outil de souveraineté et de développement territorial,** un levier pour la production de notre patrimoine informationnel commun. La gestion des données par une institution investie d'une mission de service public a bien d'autres finalités qu'un service privé : les SIT restent garants d'une certaine équité territoriale, de l'inclusion des socioprofessionnels et de l'observation de nos territoires.

Ces constats incontestables sont utiles pour identifier les axes de progression des institutionnels. **Restent pourtant de nombreuses questions : Pourquoi un SIT aujourd'hui ? Pour quels usages ? Ses données sont-elles encore satisfaisantes ? Quelles sont les implications au quotidien pour les utilisateurs et gestionnaires ? Quels sont les résultats globaux ? Ce dispositif doit-il rester un maillon central de la stratégie, devenir périphérique ou disparaître au profit d'autres champs d'actions ? Comment alors améliorer la qualité et la valeur des données de façon efficiente ? Quels moyens humains et financiers investir ? Quels sont outils les plus adaptés ?**

Ce livre blanc lance des pistes de réflexion. Il présente l'expérience du CRTNA et des institutionnels du territoire, leurs idées et engagements. Le diagnostic et les recommandations présentés émanent de l'étude menée dès mars 2021 par les cabinets KPMG et INFHOTEP sur les SIT et l'utilisation de la data touristique en Nouvelle-Aquitaine, résultats validés par un Comité de Pilotage régional composé de 25 grands acteurs de la donnée touristique de la région dont les contributions actives ont été précieuses (cf. page 11).

02

INTRODUCTION

Le mot du Vice-Président de la Région Nouvelle-Aquitaine en charge du Tourisme	P.06
L'édito de la Présidente du Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine	P.07
Contexte et chiffres-clés	P.10
<i>Le poids du tourisme dans l'économie régionale</i>	P.10
<i>L'importance du numérique dans le cycle du voyage</i>	P.11
<i>Les institutionnels du tourisme</i>	P.14

18

PANORAMA ET DIAGNOSTIC

1. Le numérique dans les missions des institutionnels	P.18
<i>Le système d'information touristique, un atout à renforcer</i>	P.18
<i>Quand la transition numérique est mise à l'agenda par les institutions publiques...</i>	P.23
<i>...Mais bousculée par les nouveaux acteurs du numérique</i>	P.24
2. Numérique et système d'information touristique, une histoire partagée	P.26
<i>Les SIT, un chantier progressif pour les institutionnels</i>	P.26
<i>Les SIT, une charge pour les institutionnels</i>	P.28
<i>Les SIT, en Nouvelle-Aquitaine</i>	P.30
<i>Les SIT, une colonne vertébrale pour les institutionnels</i>	P.31
3. La donnée, un chantier permanent	P.32
<i>Que qualifie-t-on de données ?</i>	P.32
<i>Des soucis d'exhaustivité et de qualité</i>	P.32
<i>L'ouverture des données, un chantier engagé par les institutionnels</i>	P.35

38

ENJEUX ET ORIENTATIONS

1. Optimiser le travail des institutionnels	P.40
2. Garantir notre souveraineté numérique	P.41
3. Veiller à notre impact sur l'environnement et les sociétés	P.43
4. Répondre à des enjeux stratégiques majeurs	P.44
5. Assurer efficacité et durabilité	P.46

48

ENGAGEMENT ET PERSPECTIVES : NOTRE STRATÉGIE POUR LES PROCHAINES ANNÉES

1. Deux fils rouges pour les prochaines années : construire une gouvernance de la donnée et respecter les contraintes du numérique responsable	P.52
1. <i>Vers une gouvernance partagée de la donnée</i>	P.53
2. <i>Qui s'engage pour un numérique responsable</i>	P.57
2. Des actions déjà engagées pour rationaliser et moderniser les outils	P.59
3. <i>Rationaliser et moderniser les SIT sur le territoire</i>	P.59
4. <i>Construire une plateforme de données territoriale</i>	P.61
3. Vers une feuille de route régionale pour la gouvernance partagée de la donnée touristique	P.64
5. <i>Évaluer et améliorer la qualité de la donnée touristique régionale</i>	P.65
6. <i>Faciliter et automatiser la mise à jour par les socioprofessionnels</i>	P.67
7. <i>Associer plus largement les réutilisateurs de données</i>	P.68
8. <i>Contractualiser avec les partenaires de données</i>	P.69
9. <i>Se doter d'indicateurs partagés d'observation et de suivi des données touristiques</i>	P.71
10. <i>Accroître la digitalisation des professionnels du tourisme</i>	P.72
11. <i>Construire un écosystème applicatif de référence</i>	P.73

74

CONCLUSION



“

Le Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine a toujours été un acteur proactif dans la transition numérique du territoire et dans le développement d'un tourisme innovant, durable, authentique. Cette mission essentielle est également portée par les institutionnels du tourisme, maillage clé au développement de nos capacités d'accompagnement des visiteurs, touristes et socioprofessionnels.

Le travail de l'ensemble de ses agents est prolongé et complété par notre feuille de route régionale Néo Terra. Nous avons fixé pour ambition de faire de la Nouvelle-Aquitaine un territoire où se conjuguent durabilité, transition écologique, inclusion sociale et innovation territoriale. Nous avons donné au numérique un rôle clé dans cette transition, tout en intégrant naturellement les questions d'empreinte carbone.

La Région a appuyé les institutionnels dans le déploiement des systèmes d'information touristique. Cette action va se poursuivre. Elle est également prolongée et approfondie par notre investissement, nouveau, en faveur des stratégies de la donnée. La fonction publique doit en effet œuvrer pour avoir une gestion responsable et exemplaire des données publiques et données d'intérêt général.

Cet engagement se complète par un travail plus marqué sur ces données d'intérêt général. C'est l'orientation prochaine de nos institutionnels du tourisme qui feront le «gros» du travail sur les SIT et un chantier sur lequel le Conseil Régional sera solidaire. C'est une réponse concrète aux évolutions des pratiques et usages. Le touriste est déjà sensible au local, à l'authenticité de l'expérience. Notre mission est de faciliter l'accès à cette expérience et permettre une diffusion complète de nos formidables atouts.

Phillipe NAUCHE

Vice-Président de la région Nouvelle-Aquitaine
en charge du tourisme

”



“

La région Nouvelle-Aquitaine est une destination touristique privilégiée. Territoire reconnu pour ses qualités indéniables, son offre diversifiée et ses valeurs, il attire chaque année de nombreux visiteurs avec près de 160 millions de nuitées réalisées en moyenne sur l'année. Son patrimoine exceptionnel mêle un ancrage dans les traditions locales et un accueil de qualité en tout point du territoire.

Les collectivités territoriales et institutionnels du tourisme jouent un rôle clé dans l'attractivité de notre région. Ils promeuvent les destinations et mettent en lien les acteurs. Cette valorisation n'aurait pu être possible sans le numérique. Le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine a toujours été au plus près des territoires, en jouant un rôle clé dans l'accompagnement numérique de l'écosystème touristique. Cela s'est notamment traduit dans notre appui au développement et à l'animation des SIT. Il y a vingt ans, nous étions précurseurs.

Un nouveau temps s'ouvre à nous, suite au changement de périmètre régional et face à une économie du tourisme en pleine évolution et au développement des plateformes numériques qui ont bousculé l'expérience touristique.

Cet état de fait nous amène à naturellement remettre en cause nos pratiques. Quel est l'avenir de nos métiers ? Comment peut-on envisager notre évolution dans cet environnement numérique ? Quels nouveaux services devons-nous explorer ? Comment pouvons-nous renforcer nos capacités, collectivement ? C'est à ces questions qu'a tenté de répondre l'étude présentée ici.

Trois conclusions claires se dégagent. Nous devons nous engager dans une stratégie de la donnée. Nous devons accroître la qualité de notre patrimoine informationnel et réduire la charge de travail pesant sur nos équipes. Nous devons pour ce faire développer nos collaborations avec les acteurs publics et privés pour mettre en commun, agréger et valoriser nos données. Ce livre blanc tente de rendre compte de l'expérience acquise lors de ces derniers mois et d'apporter une réponse à ces besoins. Il est un outil de réflexion à la disposition des élus, collectivités territoriales, institutionnels, partenaires et amis, partout en France.

Christelle CHASSAGNE

Présidente du Comité Régional du Tourisme
de Nouvelle-Aquitaine

”

«Présentation des sociétés ayant conduits l'AMO »

KPMG :

KPMG Secteur Public rassemble plus de 200 collaborateurs, répartis sur 15 sites dans toute la France et qui œuvrent auprès des collectivités territoriales, des régions, des ministères, hôpitaux et organisations parapubliques. Le cabinet met la proximité territoriale et l'approche pluridisciplinaire au centre de l'accompagnement de ses clients. Les équipes, constituées de profils divers tant par leurs expertises que par leurs parcours, accompagnent ainsi nos clients de la réflexion stratégique à la mise en œuvre opérationnelle sur des enjeux de transformations RH, de projets numériques, de politiques publiques, d'attractivité et valorisation des territoires. C'est le partage de valeurs communes avec le secteur public, dont beaucoup de nos collaborateurs sont issus, et la connaissance fine de méthodologies adaptées qui font la force et la particularité du cabinet. Notre vision d'un conseil responsable, tournée vers l'innovation et l'amélioration de notre impact, fait de KPMG Secteur Public un cabinet qui évolue au même titre que les clients qu'il accompagne.

INFOTHEP:

Infhotep est un cabinet fondé en 2003 qui accompagne les organisations publiques et privées dans la gestion de leur patrimoine numérique de données, au travers de missions de conseil menées par des consultants seniors, et l'édition de solutions de personnel gestion de conformité informatique (RGPD, PSSI etc.). Infhotep s'engage également auprès de ses clients, des acteurs de la société civile et notamment des plus jeunes pour les aider à comprendre les enjeux liés au numérique.

Convaincus que les données touristiques présentent un enjeu majeur de souveraineté et de valorisation pour créer de nouveaux services à destination des touristes et usagers, Infhotep et KPMG accompagnent les acteurs institutionnels du tourisme dans leurs stratégies et l'évolution de leur système d'information pour mieux entrer dans l'ère de la donnée. Au travers de cette étude complète, nous avons mis en évidence les profondes transformations causées par l'introduction de nouveaux acteurs, les plateformes. Pour répondre aux objectifs de transformation touristique de leur territoire, les acteurs classiques du tourisme doivent embrasser les nouveaux usages induits par le numérique et prendre toute la mesure de ce qu'implique une gouvernance territoriale de la donnée.

Le CRT NA a pris conscience depuis maintenant quelques années de cette nécessité, et s'est engagé dans cette direction au travers d'une étude inédite. Au-delà d'une étude, c'est la production d'une feuille de route coconstruite, fondée sur une stratégie et des principes forts, qui donne au CRT une vision et un mode opératoire pour mieux se transformer. Cet accompagnement a donné lieu à plusieurs heures d'échanges avec les acteurs clés du tourisme de la région, où la confrontation d'idée et la participation d'acteurs venus de tous horizons a abouti à la publication de ce Livre Blanc, véritable exercice de transparence et de capitalisation sur les enseignements acquis. Nous espérons que vous aurez autant de plaisir à le lire, que nous avons eu à réaliser cette mission.

PRÉSENTATION DU COPIL

Comité régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine

Régine MARCHAND puis Christelle CHASSAGNE, Présidente du CRT NA
Aurélie LOUBES, Directrice du CRT NA
Antony DEMEL, Directeur Général Adjoint
Agnès MORA, Cheffe de Pôle Promotion, technologies et supports
François MALMANCHE, Chef de Pôle Adjoint Promotion, technologies et supports
Adrien MARCHE, Chargé de création et d'édition
Florence PRÉDONZAN, Chargée de mission SIT

Région Nouvelle-Aquitaine

Christelle BOUTIN, Direction du Tourisme

Départements

Gallic GUYOT, Directeur exécutif de Charentes Tourisme (Apidae)
Claudine CAMEDESCASSE, Directrice déléguée Gironde Tourisme (SIRTAQUI)
Christophe VOISIN, Directeur de l'ADT 64 (SIRTAQUI)
Xavier LAFON, Chargé d'ingénierie numérique au sein de l'ADT 64
Yves BUISSON, Directeur de la SPL Terres de Limousin (LEI)
Stéphane Roux, Responsable E-tourisme au sein de la SPL Terres de Limousin
Marie SAULE, Directrice de Corrèze Tourisme (LEI)
Philippe CONSTANTY, Responsable du pôle Promotion-Communication au sein de Corrèze Tourisme

Mission pour les Offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine (MONA)

Nicolas MARTIN, Président
Jean Baptiste SOUBAIGNÉ, Directeur

Offices de tourisme

Pascale AGUIRRE, Responsable pôle numérique de l'OT de Biarritz (SIRTAQUI)
Sylvain COUTY, Directeur de l'OT de Mont-de-Marsan (SIRTAQUI)
Lucie LHERMITE, Responsable de service à l'OT d'Arcachon (SIRTAQUI)
Jean SIEFERT-OSTERMANN, Directeur de l'OT d'Angoulême (Apidae)
Mathias DOISNE, Responsable pôle numérique à l'OT Ile d'Oléron Marennes Tourisme (Apidae)
Chloé ALQUEZAR, Support technique web à l'OT de Limoges (LEI)
Samuel GESBERT, Chargé d'ingénierie numérique à l'OT de Brive-la-Gaillarde (LEI)

Merci à tous pour votre engagement et vos précieuses contributions.

Merci également à tous les participants aux entretiens, ateliers, groupes de travail organisés pour la conduite de cette étude et à tous les répondants aux enquêtes en ligne (institutionnels de la région et d'ailleurs, socioprofessionnels, réutilisateurs de données, éditeurs de progiciel).

Contexte et chiffres-clés

Le poids du tourisme dans l'économie régionale



29,4 millions
de séjours



181,1 millions
de nuitées



12,3 milliards
d'euros de retombées
économiques directes



89%

des touristes sont français
issus majoritairement de Nouvelle-Aquitaine,
d'Île-de-France et des régions de proximité :
Occitanie et Auvergne-Rhône-Alpes



11%

de séjours étrangers
principalement Britanniques, Espagnols,
Néerlandais, Allemands, Belge.



80%
de repeaters*

20%
de primo-visiteurs

* Les repeaters sont des touristes déjà venus au moins une fois dans la région. Leur proportion est très élevée. Maintenir un contact privilégié avec eux est primordial car garder le lien avec une clientèle acquise a fait ses preuves. La GRC et le marketing automatique sont les outils de cet objectif.

Source : Rapport - Étude de fréquentation touristique de la région Nouvelle-Aquitaine, année 2019-2020

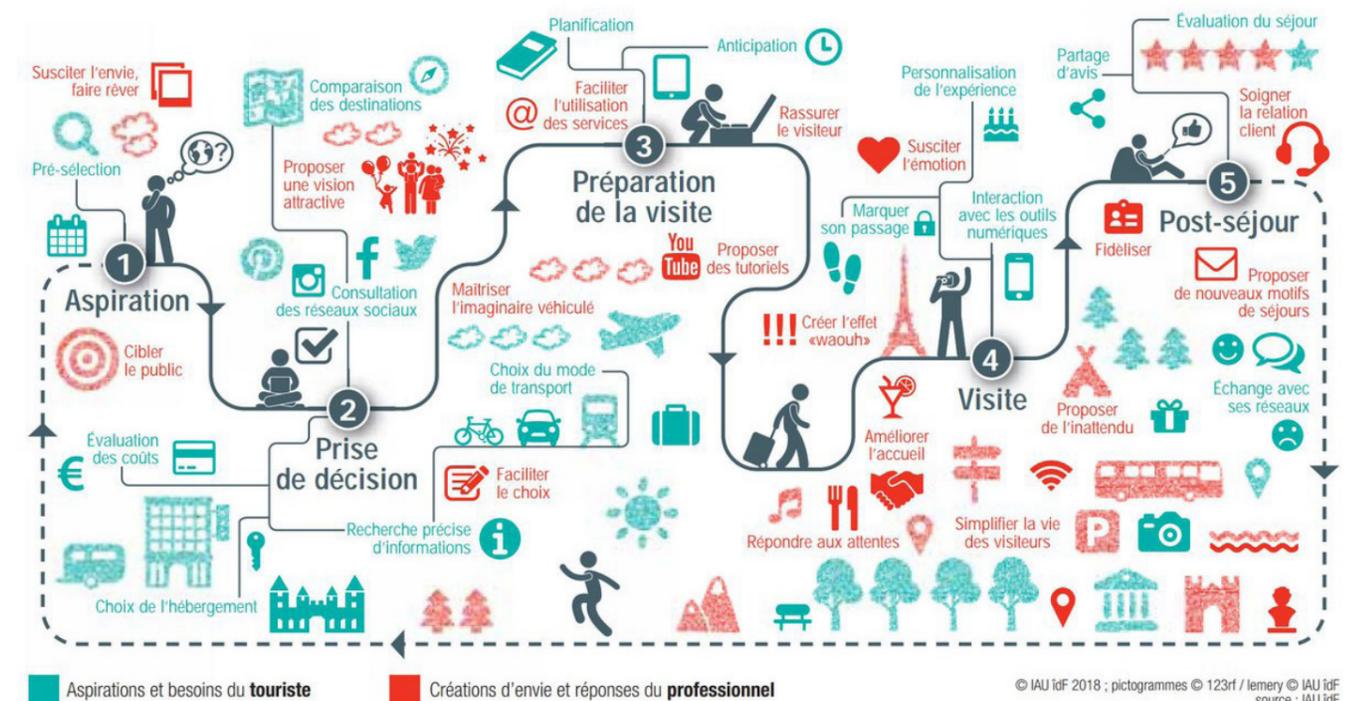
L'importance du numérique dans le cycle du voyage

En 2019, **84% des Français partis ont préparé leur voyage sur internet** et **60% ont réservé tout ou partie de leurs séjours en ligne** (chiffres du Baromètre Opodo-Raffour Interactif de 2020, dernière année de référence).

Cette phase de préparation et de prise de décision, qui peut durer plusieurs semaines, inclue la consultation de nombreux sites internet (généralistes ou affinitaires, de destination), de réseaux sociaux, de sites d'avis.

Le numérique est aussi présent lorsque le visiteur arrive sur place et profite de son séjour, puis à son retour, quand il donne des avis et reçoit des invitations à garder le lien avec les professionnels rencontrés.

Les 5 étapes clés du parcours client touristique



Les supports des institutionnels gardent une petite place dans ce parcours : **27 millions de visiteurs fréquentent les sites des OTSI de NA** (Radioscopie de la MONA 2021). **Les touristes leur font confiance et estiment leur information fiable et de bonne qualité**, bien que celle-ci soit souvent perfectible.

S'il faut améliorer la mise en scène des contenus et les liens entre eux pour séduire, s'il faut plus souvent donner l'accès à la réservation en temps réel pour emporter l'adhésion, les données des SIT représentent en tout cas **une richesse extraordinaire pour s'inscrire dans le cycle du voyage, répondre à toutes les attentes**, notamment avec leurs descriptifs, leurs photos, les avis et leurs détails pratiques et thématiques.

Les perspectives

Booking a réalisé une enquête et interrogé 22 000 personnes dans 29 pays différents pour connaître les tendances actuelles qui se dégagent dans le tourisme. « En 2020, les voyageurs laisseront encore plus la technologie les guider dans leurs choix », conclue Booking.

59 % des sondés souhaitent faire confiance à la technologie pour des conseils d'expériences inédites.

46 % sont prêt à utiliser une application de voyage pour les guider et réserver leurs vacances.

L'étude Audirep/CRT corrobore ces résultats :

Le TOP 5 des attentes des touristes en termes de services numériques

1



Portail/application avec les informations sur les musée - possibilité d'acheter des billet en ligne

2



Une carte Interactive de ville accessible même hors connexion Internet (wifi/3G/4G)

3



Site/application «Voyage» regroupant les meilleurs sources d'informations sur ce qui est important à voir/ faire à Paris

4



Site/application localisant les espaces offrant le Wifi Gratuit

5



Site/application qui indique ce qui se trouve en temps réel à proximité via des alertes push

Source : Etude Audirep/CRT Profils des répondants - Les touristes de 18 ans et plus ayant été à Paris île de France au cours des 12 derniers mois, pour un voyage touristique à titre individuel (hors séjour organisé pour des groupes), et ayant utilisé internet avant, pendant et après leur séjour.

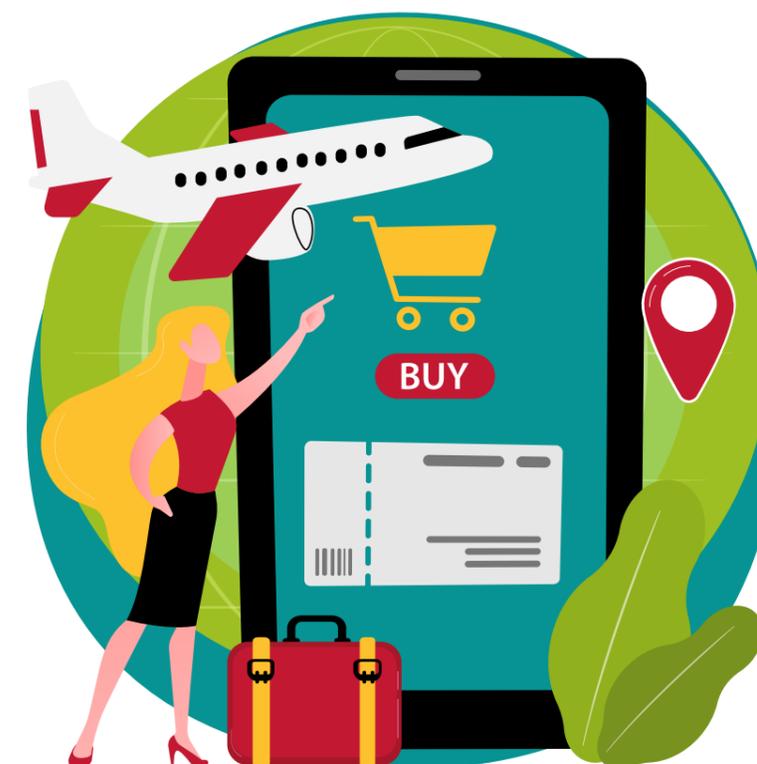
Conclusion

Le digital est un facilitateur pour les touristes, qui en attendent donc beaucoup dans toutes les phases de leur voyage. Avec ces technologies, il faut de la data, fiable, précise et qualifiée : les SIT peuvent contribuer à la fournir. Croisée et enrichie avec d'autres jeux de données, sélectionnée grâce à la connaissance fine de la destination des institutionnels du tourisme, elle peut pleinement répondre aux attentes des visiteurs, la bonne information pour le bon profil au bon moment.

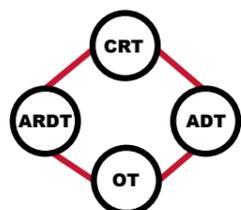
Pour en savoir plus

 Quelques données sur les SIT de Nouvelle-Aquitaine

 Schéma de fonctionnement d'un SIT

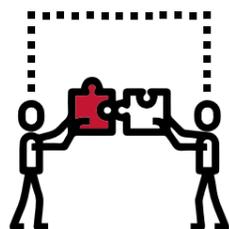


Les institutionnels du tourisme



Des structures distinctes :

Comités régionaux du tourisme, comités départementaux du tourisme, agences de développement touristique, offices de tourisme, syndicats d'initiative... ces organismes ont pour mission de contribuer au développement et à l'attractivité des destinations et territoires. Parmi leurs actions, ils fédèrent et accompagnent les acteurs liés à l'activité touristique, recensent et qualifient l'offre, mettent à la disposition du public des outils et des informations. Les OT, ADT et ARDT, avec des statuts mixtes entre privés et publics, proposent également des adhésions, la vente de prestations et de forfaits touristiques.



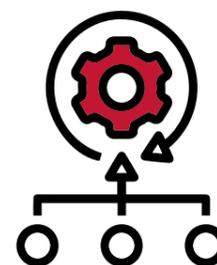
Une coopération inter-échelon facilitée par les systèmes d'information touristique :

Il n'existe pas de rapports hiérarchiques entre les OT, ADT et CRT. Ces trois échelons disposent de compétences propres et d'une autonomie stratégique et financière. Leur collaboration est le produit de dispositifs territoriaux facilitant la convergence des projets, parmi eux les systèmes d'information touristique. Pilotés par un département ou plus souvent par le CRT, ces SIT ont contribué à la construction de communautés d'institutionnels et de référentiels communs de collecte, partage et valorisation de données.



Des structures aux modèles économiques sous pression :

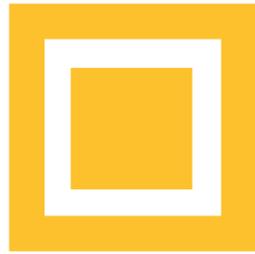
Ces acteurs ont des modèles économiques hétérogènes. Les CDT et CRT sont principalement financés par les budgets départementaux et régionaux. Les ADT et OT génèrent eux de l'autofinancement via une activité commerciale, notamment par la vente de produits et d'activités touristiques ou encore de services aux professionnels. Cette tendance impacte un nombre croissant de structures, qui changent leurs missions et statuts. Les revenus de ces prestations représentent une part non négligeable du chiffre d'affaires de ces institutionnels. Ceci a des implications sérieuses sur leur fonctionnement, modèles économiques et stratégies, parfois au détriment du SIT. Mais en recherche de rentabilité ou non, tous ces acteurs se confrontent à la concurrence des acteurs privés du numérique et face à leur offre de service, se questionnent sur leur valeur ajoutée.



Une recomposition progressive des missions des institutionnels marquée, par un manque de concertation :

La loi NOTRe a confié à l'échelon intercommunal une compétence obligatoire en matière de promotion touristique, incluant la création d'offices de tourisme. Cette évolution amène la systématisation des stratégies touristiques au niveau local, sur le champ des compétences prédéfinies par le Code du Tourisme, comme l'accueil et l'information des touristes, la coordination des interventions des partenaires du développement touristique local, la promotion touristique. En fonction des contextes locaux, d'autres compétences sont également transférées, comme l'élaboration et la mise en œuvre de la politique locale du tourisme. On y retrouve le déploiement de services touristiques, l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, les études (dont celles de stratégie numérique), l'organisation de fêtes et manifestations culturelles. Or, sur ces secteurs, la loi a été silencieuse sur les questions de convergence, collaboration ou mutualisation entre tous les acteurs institutionnels. Les conséquences furent nombreuses : explosion des supports numériques, manque de coordination et de convergence des actions, perte d'attractivité par la dissémination de contenus pas toujours qualifiés et peu qualitatifs.

Cette présentation des institutionnels du tourisme sous l'angle historique laisse entrevoir le rôle croissant du numérique dans l'exercice de leurs missions d'intérêt général.



PANORAMA ET DIAGNOSTIC

Comme le montrent en préambule les éléments de contexte, le tourisme évolue, comme les structures institutionnelles qui détiennent la mission de le développer et de le soutenir. Les regroupements induits par la loi NOTRe ont permis la constitution d'équipes solides et qualifiées, mais aussi modifié le travail et l'équilibre entre les différents acteurs. Nous poursuivons notre analyse de la situation, panorama et diagnostic, toujours sous l'angle particulier des réseaux et des outils SIT.



1. Le numérique dans les missions des institutionnels

Le système d'information touristique, un atout à renforcer :

Le secteur du tourisme n'a pas découvert le numérique avec les plateformes privées. Les institutionnels du tourisme ont joué un rôle primordial dans l'informatisation et la transformation numérique des écosystèmes locaux de prestataires de services. Le système d'information touristique a été le premier outil développé pour construire une solution numérique recensant les offres et leurs caractéristiques. Lors de son introduction dans les années 90, il s'agissait d'un premier pas des institutionnels vers l'informatique. Le SIT a permis d'engager une informatisation mutualisée des institutionnels, qui, pour beaucoup à l'époque, n'étaient pas dotés d'équipement ou compétence informatique. Le SIT a également institué le principe de la base de données commune, du référentiel de saisie partagé et de la contribution multi-acteurs à son enrichissement.

Avant le SIT, chaque institutionnel produisait ses propres données, non structurées et non digitalisées. Elles n'étaient ni partagées ni mises en commun. Le SIT vise à défaire les silos de données et autoriser un partage de données effectif au sein de leur écosystème d'acteurs. Les échanges étaient initialement possibles via des transferts de bases de données de poste à poste (ou réplique de bases) puis ce partage a profité de l'Internet, en premier lieu une fois toutes les 24 heures, puis aujourd'hui en temps réel.

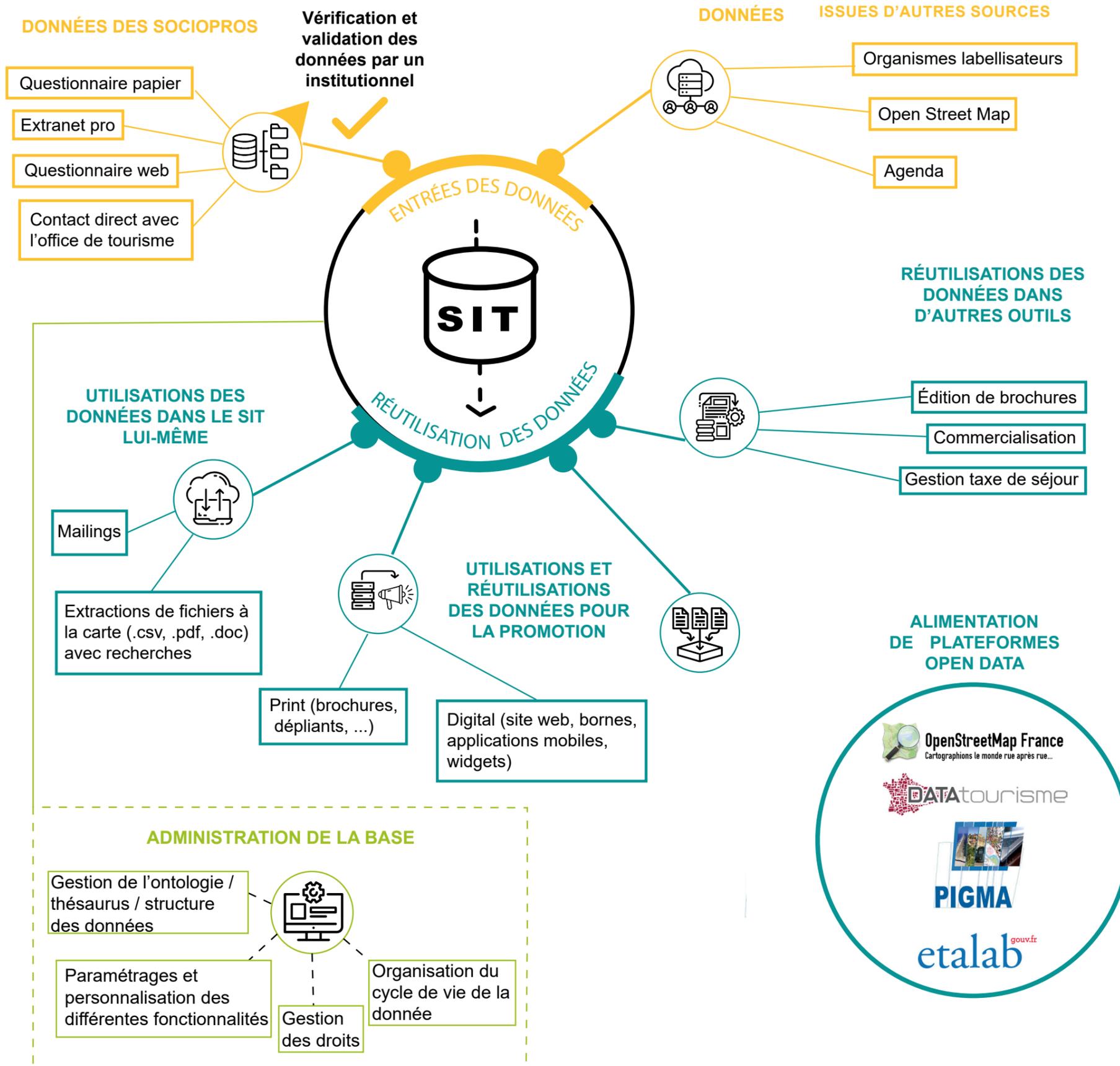
Le SIT est ainsi alimenté par des réseaux associant offices de tourisme (OT), comités départementaux du tourisme (CDT) ou agences de développement touristique (ADT), comité régional de tourisme (CRT), interrogeant directement les socioprofessionnels. La coordination et la collaboration de tous ces acteurs visent à produire, gérer et valoriser les données touristiques. **Tendant vers l'exhaustivité et détaillées, les données du SIT sont le socle de différentes missions : promotion, observation, lien avec les socioprofessionnels, gestion de la relation client, etc.** Elles servent à des transactions nombreuses et variées (réservations, achats, communication, production de catalogues ou prospectus, etc.).

Le SIT a été une réponse tangible et effective aux enjeux de la promotion touristique numérique. Il est progressivement prolongé par des interfaces web, applications et outils de GRC. Les connecteurs et API permettent de diffuser ses données vers un écosystème d'applicatifs et d'interfaces numériques qui dépendent, parfois intégralement, des données contenues dans le SIT. Les institutionnels ont par la suite complété leurs gammes de services numériques par une diversité d'outils innovants. Ils ont par exemple exploré les applicatifs poussant des contenus géolocalisés, les IA ou les méthodes de marketing relationnel.

Toutefois, les institutionnels ont aussi connu quelques égarements, en partie induits par les manques de précision du législateur sur les conditions et obligations de travail en commun entre institutionnels. Il s'agit par exemple du développement de catalogues peu accessibles et peu intuitifs, d'applications peu téléchargées ou encore de services numériques peu fréquentés. Ces faiblesses sont autant d'alertes concernant le bon usage des ressources, tant humaines, financières que techniques. La dépense inutile d'argent public ne peut se justifier en un tel contexte de concurrence acérée. **Il existe un enjeu certain sur le ciblage des produits, l'étude des cibles potentielles et la montée en qualité des services numériques, tout cela avec concertation des institutionnels.**

Ces derniers ont montré leur capacité à pousser du contenu qualitatif, personnalisé et ciblé et peuvent donc relever ce défi. Les institutionnels bénéficient en effet usuellement d'une connaissance plus fine du territoire, d'informations précises qui leur donnent un avantage pour mettre en exergue des services, événements ou points d'intérêt en mesure d'intéresser personnellement chaque voyageur. **À charge pour eux de bien travailler la donnée et la mettre en scène, avec collaboration de chaque acteur.** Ces éléments rappellent le rôle du législateur et sa capacité à préciser les conditions et obligations de travail en commun entre institutionnels.

Schéma de fonctionnement d'un SIT



Les bénéficiaires des données

- Institutionnels du tourisme (actions et supports des OT, ADT/CDT, CRT)
- Collectivités territoriales (alimentation de sites et de SIG)
- Socioprofessionnels de la région (sous forme de widgets)
- Agences réceptives et TO (fichiers pour montage de produits)
- Start-ups/ diverses entreprises (fichiers agenda et des offres à voir / à faire)
- Médias (fichiers agenda et des offres à voir / à faire)

Les données GRC





Quand la transition numérique est mise à l'agenda par les institutions publiques...

Deux évolutions ont questionné les institutionnels du tourisme. La première est le Règlement Général de Protection des Données (RGPD), la seconde est la Loi pour une République Numérique. Ces deux corpus juridiques ont défini le périmètre dans lequel s'exercent les services publics impliquant un usage de l'information, du numérique et des données.

Le RGPD institue des droits pour les usagers, des principes de contrôle (intervention d'un DPO, délégué à la protection des données à caractère personnel) et de proportionnalité dans la collecte et l'usage des données à caractère personnel (s'en tenir aux stricts besoins de son organisme). Il y a encore beaucoup à faire pour que tous les institutionnels agissent en parfaite conformité avec ce règlement.

La Loi pour une République Numérique exige l'ouverture des données publiques au plus grand nombre pour des exploitations variées. Les institutionnels du tourisme se sont pour cela mobilisés autour de DATAtourisme. Déployée par ADN Tourisme et la DGE, cette plateforme nationale Open Data de données touristiques a pour but d'agrèger les informations des différents SIT départementaux et régionaux, mais peine encore à tous les rassembler avec des données homogènes.

Le message de ces corpus est pourtant clair : **ils fondent le principe de donnée d'intérêt général. Toute structure en charge d'un service public doit questionner ses pratiques numériques, sécuriser ses données, ne pas avoir d'usages disproportionnés et œuvrer pour le développement d'une administration numérique plus accessible et plus transparente.**

... Mais bousculée par les nouveaux acteurs du numérique

Apparues à la fin des années 90, les plateformes et applications numériques ont permis au voyageur de **préparer, organiser et réserver ses voyages et séjours via Internet**. Celui-ci peut procéder librement à l'identification de la destination, l'achat des titres de transport, l'élaboration d'un itinéraire, la réservation d'un hébergement, la consultation des avis d'autres clients, etc. Il n'est donc plus captif des agences de voyage et guichets physiques pour la collecte d'informations, la planification de son séjour et l'accès aux offres. Les institutionnels ont pu, avec leurs SIT, se positionner de manière précoce dans cette transition numérique.

De **nouvelles stratégies de captation des publics** ont été développées, portant notamment sur la collecte massive de données sur les visiteurs, leurs comportements, caractéristiques et une évaluation de leurs goûts en croisant des données collectées via les sites web. **Les plateformes numériques ont en parallèle développé des stratégies de concentration et de centralisation de l'offre, tout en proposant des services couvrant l'ensemble des besoins du voyageur**. Cette offre a concurrencé les services jusqu'ici assurés par les institutionnels.

Par leurs supports, guichets physiques et interfaces numériques, les institutionnels proposent du contenu et des informations contextualisés, plus proches des territoires et des attentes des voyageurs. Mais ce positionnement et cette capacité à être la porte d'entrée privilégiée vers le territoire ont été remis en cause, voir sérieusement érodés. **Les plateformes numériques ont fortement mis l'accent sur l'expérience client en développant des interfaces fluides, intuitives, sans couture, et en investissant largement dans leur référencement, elles ont représenté un nouveau référentiel dans le secteur.**

Ces évolutions ne sont pas anodines. Elles ont mis en place un environnement numérique performant dans lequel évolue le voyageur. **Les institutionnels doivent suivre cette orientation usagers et ce travail sur la mise en qualité et exploitation des données pour une gestion de la relation client plus performante**. Il s'agit notamment de maintenir un lien via des campagnes ciblées à tout moment du parcours client (avant, durant, après l'expérience). **Il faut capitaliser sur le lien privilégié au territoire, sa connaissance et la capacité d'orientation dont ne disposent pas les plateformes numériques.**

« Quelques repères sur l'open data »



Définition

L'expression « open data » ou « données ouvertes » désigne à la fois :

- les données qu'un organisme met à disposition de tous sous forme de fichiers numériques afin de permettre facilement leur réutilisation (c'est ce que l'on nomme l'interopérabilité),
- la politique par laquelle un organisme met à disposition de tous des données numériques, dans un objectif de transparence ou afin de permettre leur réutilisation, notamment à des fins économiques.



Quelques dates

- **2011** : Mission interministérielle Etalab qui coordonne l'actions des administrations en matière d'ouverture des données et développe le portail : www.data.gouv.fr
- **2015** : Principe de gratuité
- **2016** : Open data par défaut avec la loi pour une république numérique du 7 octobre 2016 (n°2016-1321). Cette loi renforce les obligations de diffusion en open data des données publiques émanant des administrations, des collectivités territoriales et de leurs organismes associés, assurant une mission de service public.



L'open data pour qui ?

Les personnes soumises à l'obligation d'ouverture des données publiques telles que désignées dans le code des relations entre le public et l'administration sont : l'État, les collectivités territoriales, les autres personnes de droit public notamment les services publics industriels et commerciaux, les services culturels ou encore les personnes de droit privé chargées d'une mission de service public.

Seules les données produites ou reçues par l'organisme dans le cadre de cette mission sont soumises à ouverture.

Les institutionnels du tourisme et leurs SIT sont donc concernés par :

- la nature des acteurs (OT, ADT/CDT, CRT),
- la nature des missions (service public et promotion des destinations),
- les besoins croissants de développement numérique.



Principes et objectifs

Le législateur permet à toute personne physique ou morale, publique ou privée, de réutiliser les informations publiques à toutes fins, y compris commerciales.

Il s'agit de valoriser la donnée, qui a une valeur en elle-même et en prendra encore, réutilisée et coconstruite avec ses réutilisateurs, dans le but de développer l'économie et de nouveaux services aux citoyens :

- **Contribuer à une démocratie ouverte avec plus de transparence**, de coopération et de démocratie participative (ex : Dataviz Finances Gironde pour montrer les budgets du département, cartographie des bornes de recharge de véhicules électriques) ;
- **Moderniser l'administration via le partage des données entre administrations**, l'amélioration du dialogue administration/administrés (ex : mise en place de la BAN, Base Adresse Nationale) ;
- **Développer l'économie numérique** en facilitant l'innovation, la naissance de nouveaux services aux citoyens, l'augmentation de valeur (ex : Papi Carto, base de données géoréférencée de cartes postales anciennes qui permet de visiter des lieux tels qu'ils étaient à la première moitié du XXe siècle et les comparer à leur vue actuelle ; Placevent pour trouver des événements en fonction de son humeur).

Une licence encadre la réutilisation des données fixe des obligations qui protègent les producteurs d'informations :

- interdiction d'altérer les informations ou d'en dénaturer le sens ;
- obligation d'en mentionner la source et la date de la dernière mise à jour.



Pour en savoir plus

 [Découvrir réutilisation](#)

 [Découvrir documentation](#)

2. Numérique et système d'information touristique, une histoire partagée

Le SIT, un chantier progressif pour les institutionnels

La gestion d'un SIT nécessite **la co-construction d'un thésaurus**, c'est-à-dire d'homogénéiser les informations et critères pris en compte pour la description des biens touristiques (ex : un hôtel). Le format national TourinFrance a initialement permis à la grande majorité des institutionnels de partager un tronc commun de données mais ce travail collaboratif national n'a pas été poursuivi. La diversification des SIT et la faible gouvernance des référentiels ont alors joué sur la croissance et l'empilement de critères associés à la saisie. La constitution de communautés autour de SIT a néanmoins permis de contrebalancer cette tendance aux échelons départemental et régional, au prix d'**une animation permanente et attentive**.

Cette animation concerne également toute la vie des réseaux ainsi créés. Les ADT/CDT/ Départements et le CRT en sont les pilotes, liant tous les échelons ; ils sont **garants de la montée en compétence des institutionnels et de la bonne transmission des savoirs** via la constitution de documentations, des communications régulières, la formation et le suivi technique des utilisateurs, etc.

Ces réseaux, constitués essentiellement d'OT, ont été **très actifs avec les socioprofessionnels**. Leur démarche collective a permis, en unifiant et centralisant le pilotage des collectes de données, de ne pas démultiplier les sollicitations de ces derniers ; en outre, leur saisie directe a été privilégiée par l'ouverture d'accès extranet et de formulaires en ligne. Les institutionnels peuvent alors simplement **vérifier cette saisie et consacrer plus de temps à la valorisation des données** (en théorie, car divers facteurs induisent un besoin de relances important des prestataires - voir ci-dessous).

« L'ontologie DATAtourisme : un nouveau format national »

En 2018, les efforts d'homogénéisation des formats à l'échelle nationale ont été relancés. Ils se traduisent désormais par une ontologie pilotée au sein du dispositif DATAtourisme. Les ontologies sont un des concepts de base du web sémantique* : il s'agit d'une représentation partagée et consensuelle, présentée sous forme de graphe, permettant de décrire l'ensemble d'un domaine de connaissance.

Composées d'un ensemble de concepts liés les uns aux autres par des relations taxinomiques** d'une part, et sémantiques d'autre part (thésaurus), les ontologies jouent le rôle de « format de référence » et sont disponibles dans des formats ouverts dans le but qu'elles soient partagées au maximum.

Le périmètre de l'ontologie DATAtourisme correspond à l'ensemble des données de type « événements et points d'intérêt touristiques » collectées au sein des SIT. Connectée aux standards internationaux, en cours d'adoption par des pays voisins, et actuellement étudiée comme base de construction d'un standard européen, cette ontologie est adoptée petit à petit par les réseaux SIT.

Ceux-ci choisissent soit d'adapter leur progiciel afin de saisir leurs contenus directement dans le format de l'ontologie, soit de s'appuyer sur la plateforme DATAtourisme pour aligner leurs données sur celui-ci. Dans les deux cas, les réseaux SIT bénéficient d'un standard « clé en main » - et peuvent ainsi se concentrer sur leur travail d'animation et de production de données.

* Le web sémantique – également appelé web des données ou web 3.0 – est une version optimisée du web permettant de rendre les données lisibles et compréhensibles par une machine. De tels standards permettent notamment d'automatiser les processus d'échanges de données.

** La taxinomie ou taxonomie est la science des lois de la classification. Cette classification est une suite d'éléments formant des listes qui concernent un domaine, une science. Dans DATAtourisme, toutes les données sont liées et cela permet de retrouver les objets avec du même type ou avec les mêmes caractéristiques (sur la même commune, avec le même site internet, label, équipement ou service, etc.).

Le SIT, un investissement conséquent pour les institutionnels

La gestion et l'animation d'un SIT requièrent des moyens conséquents. En plus du coût d'un progiciel dédié, un investissement important en ressources humaines est nécessaire. L'étude menée par KPMG et INFHOTEP a permis d'estimer qu'il s'agirait en Nouvelle-Aquitaine de l'équivalent de **1994 jours/hommes par semaine, soit 400 ETP**. Un personnel qui doit acquérir **un grand nombre de compétences pour exploiter au mieux le SIT**.

Au sein des départements et du CRT, il faut **des administrateurs de préférence rompus à la gestion de données**. Ils sont moteurs dans le paramétrage des outils : construction et évolution de la structure des données, gestion des droits de saisie, définition des formulaires de collecte ou extranet, préparation des modèles et flux qui permettront de réutiliser les données, etc. Ils doivent aussi pouvoir **former et assister les utilisateurs dans leur quotidien**.

Au sein des OT, il est possible de réutiliser les outils ainsi mis à disposition mais aussi de les personnaliser de manière plus avancée. A minima, il est nécessaire de comprendre le principe du publipostage, de connaître des notions de PAO pour mettre en valeur ses données dans des brochures ou des mailings, d'être rigoureux pour la saisie des données comme sa GRC. Il est recommandé **d'accorder du temps à une personne référente du SIT**, qui pourra ainsi être et rester pleinement opérationnelle sur le SIT.

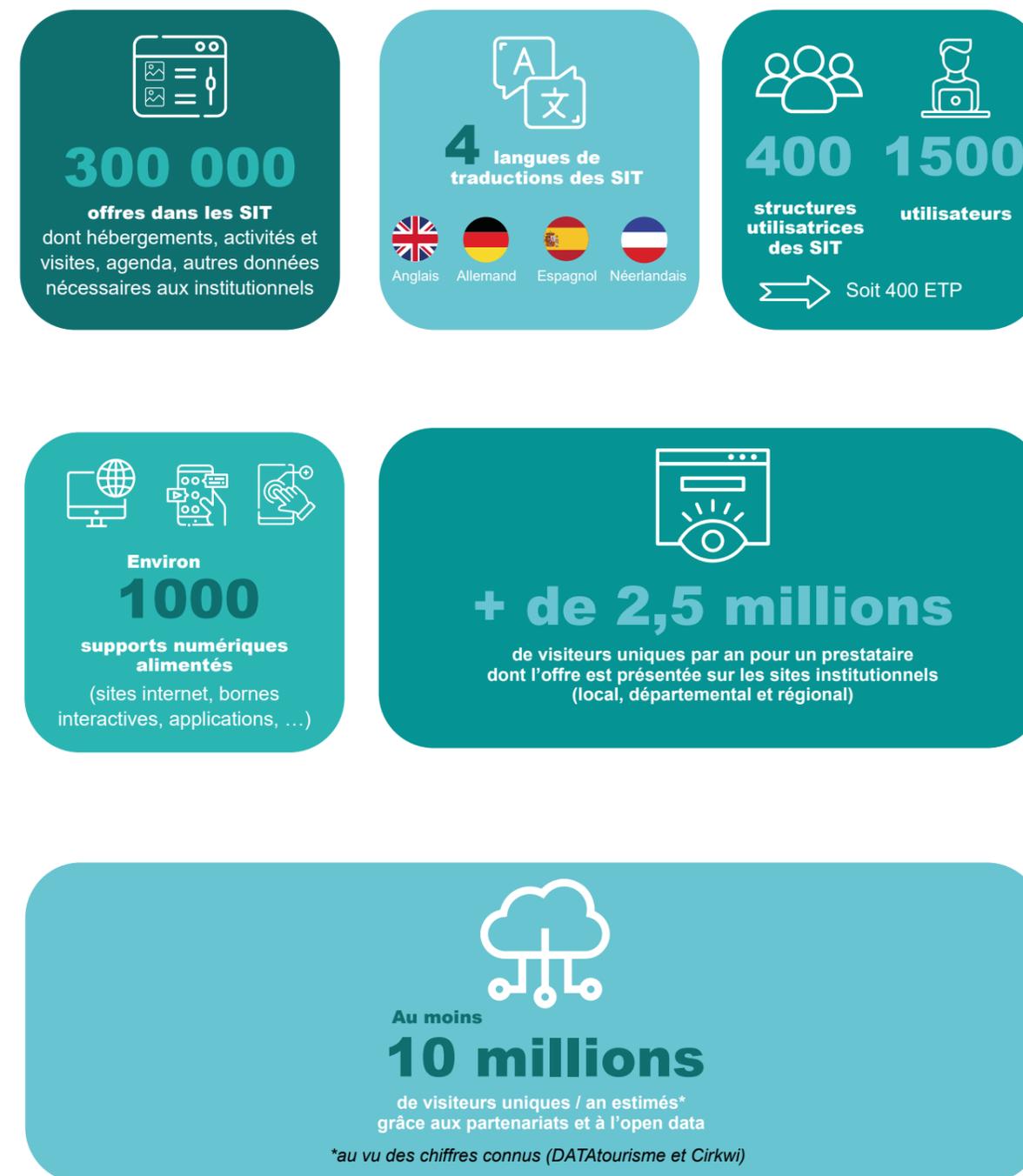
Pour tous les utilisateurs, il faut **investir dans des contrôles qualité** et il est aujourd'hui indispensable **d'appliquer une vision marketing à chaque action**, les données intégrées dans le SIT rejoignant un circuit de services pour la promotion des offres via des supports print et numériques ou encore des places de marché. Puisque tout est mis en commun et partagé, **la mise en qualité de la donnée impacte directement l'ensemble de la chaîne de promotion du territoire**.

Ces investissements dans le SIT sont récompensés.

Dans l'ensemble, les équipes de chaque échelon institutionnel ont progressé autour de référents SIT qui se sont aguerris à la gestion des données et de progiciels aux fonctionnalités complètes et parfois complexes.

Par ailleurs, les indicateurs de suivi de qualité de la donnée montrent des progrès indéniables. Dans leur grande majorité, même pour les trois dizaines milliers d'hébergements locatifs, les offres disposent de descriptif commercial, de photos et sont très bien géolocalisées, trois critères d'exploitation fondamentaux.

Quelques données sur les SIT en Nouvelle-Aquitaine



Les SIT en Nouvelle-Aquitaine

Historiquement, chaque ex-région composant aujourd'hui la Région Nouvelle-Aquitaine a développé un SIT sur son périmètre. Co-existent donc le SIRTACUI pour le sud et le nord de la région, le LEI pour les départements de l'ex-Limousin, et Apidae adopté récemment par Charentes Tourisme. La présence de trois SIT dans le territoire néo-aquitain questionne les institutionnels **sur l'intérêt d'une démarche de convergence**. Le CRT est particulièrement concerné par cette situation, génératrice de frictions, de problématique d'interopérabilité et amenant également des coûts de fonctionnement élevés. Faut-il en conserver qu'un ou privilégier un statut quo ? Quelles sont les solutions alternatives ?

Pour chaque SIT, un réseau regroupe les offices de tourisme et les acteurs du tourisme : organismes labellisateurs, têtes de filières, collectivités territoriales, chambres consulaires, etc. Cela représente au total **environ 400 structures** ayant accès, voire contribuant, aux bases de données. Ils forment des communautés animées principalement par les ADT/CDT/Départements (voir ci-dessus). Quelques **1 500 personnes disposent d'un compte d'accès à un outil SIT**, dont le personnel des offices de tourisme pour la gestion de la relation client et, au plus près des acteurs du territoire, la saisie et la mise à jour des données. **Environ 500 d'entre elles en font un usage quasi-quotidien**, pour la convergence des observations et la production de stratégies touristiques.

Dans cet ensemble, **le CRT joue un rôle d'animation, de coordination et de convergence des besoins**. Il appuie la rationalisation des systèmes d'information, intervient dans la constitution d'un tronc de données et pilote les objectifs fixés par le Conseil Régional.

Le SIT, une colonne vertébrale pour les institutionnels du tourisme

Le SIT est une composante clé des missions des institutionnels du tourisme. Il permet de :

- **Donner un maximum de visibilité aux offres des destinations régionales, départementales et locales**

Le progiciel facilite en effet la production de brochures, plaquettes, e-brochures, bornes interactives, sites et applications, en interne comme en externe.

- Appuyer et développer la gestion de la relation client

Les visiteurs bénéficient de renseignements généraux ou personnalisés via ces multiples supports imprimés ou numériques, avec un suivi de statistiques et un début de marketing automatisé.

- **Gérer les liens avec les divers acteurs du tourisme**

Un extranet professionnel, un outil de mailing électronique et des questionnaires web pour la collecte de diverses informations servent pour entretenir les relations avec les socioprofessionnels des destinations, les journalistes et les agences de voyage/TO, voire d'autres acteurs liés au tourisme.

- **Conduire des missions d'observation**

Le recensement du parc d'hébergements, sinon exhaustif au moins très complet (sur le périmètre néo-aquitain : tous les hébergements classés, 99% des hôtels, campings, résidences de tourisme et villages de vacances, 95% des hébergements collectifs dont ceux réservés à une clientèle CE, plus de 45 000 meublés et chambres d'hôtes saisis), ainsi que le référencement des sites de visites et d'activités les plus fréquentés donnent la possibilité de dresser des états des lieux, faire des diagnostics, construire des stratégies puis les mettre en œuvre.

- **Mener diverses actions demandant l'utilisation de données touristiques**

Les adresses, les coordonnées et parfois bien d'autres données répertoriées en base servent également pour la collecte de la taxe de séjour, la commercialisation en ligne, la mise en place de sites internet pour des socioprofessionnels, la communication média, etc.

Si les premières versions de SIT étaient peu interopérables avec des solutions externes ou d'autres SIT, aujourd'hui ce paradigme change. Les progiciels sont maintenant interconnectés avec l'environnement numérique et ils peuvent alimenter des sites web ou collecter/partager des données avec d'autres applicatifs. Toutefois, cela reste relativement complexe au vu des différences dans la structuration des données au niveau régional, mais surtout face à la multitude des applicatifs avec lesquels les institutionnels sont susceptibles de travailler.

3. La donnée, un chantier permanent

Que qualifie-t-on de données ?

Il s'agit de toute information ou mesure numérisée et intégrée dans un système d'information. Cette donnée est la matière première de toute politique publique. Elle qualifie l'objet étudié, précise les impacts mesurés ou encore retrace son fonctionnement. Les services publics accélèrent leur numérisation, se dotent d'objets connectés et capteurs, collectent des quantités croissantes de données. Ce phénomène se massifie et compte une large diversité d'acteurs (EPIC, syndicats mixtes, CCI, institutionnels du tourisme, etc.).

Les données touristiques comprennent les hébergements, la restauration, les prestataires d'activité et de loisirs, les sites de visites, les organismes liés au tourisme, des itinéraires, des commerces et des services et un agenda d'événements à vocation touristique organisés sur le territoire régional. Il y a au **total plus de 110 000 offres de socioprofessionnels dans les SIT de Nouvelle-Aquitaine, auxquelles s'ajoutent environ 50 000 fêtes et manifestations par an, quelques 6000 itinéraires**, ainsi que des bases de prospects et de clients, etc., toutes données nécessaires aux actions de chaque membre des réseaux.

Des soucis d'exhaustivité et de qualité

Les réseaux des SIT ont leurs faiblesses : une dispersion des moyens et des investissements, l'absence ou le manque de cadre commun respecté et suivi, des défauts d'organisation, de communication et de concertation. Nous l'avons vu, les dispositifs peinent à produire et livrer de la donnée homogène et en temps réel. La promotion des destinations s'en trouve affaiblie et il est plus difficile de convaincre les socioprofessionnels de l'intérêt du SIT pour leurs affaires.

La donnée reste de qualité variable. Parmi les obstacles à sa mise en qualité, nous comptons le manque de moyens humains, de sensibilisation et de formation, la rotation du personnel, le caractère chronophage des opérations qui conduisent à son élaboration

face à des socioprofessionnels qui ne perçoivent donc pas l'intérêt de mettre à jour régulièrement leurs informations dans le SIT.

La conséquence directe est le manque de fraîcheur des données face à des opérateurs privés capables de fournir des données à jour en temps réel.

Côté exhaustivité, citons les répercussions d'une situation où la combinaison entre missions d'intérêt public et rentabilité n'est plus évidente pour les institutionnels. Si l'obtention de financements publics pour le déploiement des SIT a imposé de **tendre vers l'exhaustivité des offres et la gratuité des accès pour les socioprofessionnels**, il faut souvent **faire des choix dans la collecte** et ceux-ci impactent la capacité à refléter une majorité des offres locales et à partager aux usagers une information de qualité.

Malgré ces constats, la donnée produite par les institutionnels présente une valeur économique et commerciale réelle ; en atteste sa réutilisation et valorisation par un écosystème élargi d'acteurs privés, notamment via des plateformes comme DATAtourisme. Les jeux de données partagés par les OT, ADT/CDT/Départements et CRT sont autant d'outils pour la compréhension du marché, sa qualification, le suivi des tendances (nature des offres, dispersion, évolution de la demande, etc.) et la production de services.



« Les potentiels des données SIT »

En OT, ADT/CDT ou au CRT, le personnel doit souvent **répondre à des demandes très précises** de collectivités territoriales, d'autres professionnels du tourisme (porteurs de projet, agences réceptives, ...) ou encore du grand public, **tant pour la connaissance du parc d'hébergements et du marché que pour la préparation d'un séjour ou d'une activité**. Les SIT ont été structurés pour pouvoir mener **des recherches multicritères très détaillées**, qui, autant que de besoin, seront encore affinées via le conseil éclairé des experts locaux.

Réponses qualifiées aux demandes

Se combinent des requêtes sur des listes (classement, labels, équipements, services, ...), sur la localisation (en forêt, au pied des pistes, dans une exploitation viticole, ...) ou un périmètre autour d'une commune, sur une date, sur un tarif maximal, ... Ainsi, il est possible d'identifier en quelques clics l'offre labellisée Tourisme et Handicaps, Accueil Vélo ou Bienvenue à la ferme, les hébergements 3 et 4 étoiles de moins de 50 chambres avec ascenseur, wifi, piscine, les châteaux viticoles qui peuvent accueillir en chinois ou en portugais, les événements culturels de la quinzaine à venir, etc.

Plus complexes, les sélections thématiques se construisent sur des référentiels communs à toute la région pour **proposer des offres bien adaptées aux randonneurs, aux cyclistes, aux œnotouristes ou encore aux familles**. Elles s'appuient sur des marques et labels, des organismes qui font référence sur le thème, ainsi qu'un ensemble de critères obligatoires ou optionnels, objectifs dans la mesure du possible (basés sur des faits, voire un faisceau de faits, comme la situation de l'offre, la présence de certains équipements et services, une politique tarifaire particulière, etc.).

Internet de séjour

Des données ont également été collectées et mises en forme pour le marketing et **l'internet de séjour** (ambiance recherchée, saisons et météos idéales, types de clientèles détaillés, ...), le **tourisme d'affaires** (notamment descriptif commercial et photos dédiés), pour **enrichir la relation du client avec les prestataires** (nom, prénom, photo et texte de présentation plus personnel, avec un angle éditorial local). Tout ce qui fait besoin peut être créé, y compris en parallèle du cœur de métier (ex : associations, commerces et services).

Tout cela représente **un potentiel économique et commercial réel**. De nombreux réutilisateurs en profitent avec l'open data ; de nouveaux partenariats pourraient voir le jour autour de données ciblées à la carte, valorisant encore le travail institutionnel. Tout cela ouvrant sur des projets innovants grâce à des croisements avec d'autres types de données (météo, transports, flux de personnes, ...).

L'ouverture des données, un chantier engagé par les institutionnels

Les institutionnels produisent **des données dans le cadre d'un service public** ; ils répondent à des missions d'intérêt général comprenant l'observation, le développement économique, la valorisation et l'équilibre des territoires, l'accompagnement des usagers. Dans leur grande majorité en Nouvelle-Aquitaine, ils se sont donc **mobilisés pour l'ouverture de ces données**, devenue un impératif du fait du cadre réglementaire, notamment via la plateforme DATAtourisme (voir ci-dessus).

Cette initiative a permis **la diffusion sécurisée et la réutilisation des données** par les institutionnels eux-mêmes (ex : Atout-France) mais aussi et surtout tout autre acteur intéressé par ce patrimoine unique de données (entreprises, usagers, services publics, autres collectivités, observatoires, etc.). À titre d'exemple, les 55 000 fiches publiées pour le SIT SIRTAQUI y sont téléchargées chaque mois d'1,5 à 2 millions de fois.

Si le travail mené au niveau de chaque SIT régional sur son thésaurus a permis de faciliter la remontée de données vers la plateforme nationale, il a fallu en amont **préparer tous les acteurs à l'ouverture des données**. Le CRTNA, qui avait saisi les enjeux d'ouverture des données bien avant DATAtourisme, a commencé par conclure des partenariats avec des réutilisateurs de données, avec de nombreuses start-ups comme des grands groupes établis (Se Loger Vacances, les GPS Tom Tom et Here), avant de publier en Open Data.

Des réticences à cette mise à disposition libre et gratuite existent encore, à juste titre. De nombreux institutionnels qui investissent sur la donnée (temps de collecte, rédaction de descriptifs commerciaux, réalisation de médias, ...) - et qui manquent trop souvent de reconnaissance pour ce travail - craignent que ce partage ne vienne conforter le positionnement concurrentiel des plateformes. Avec le recul de 10 ans d'ouverture des données, nous pouvons penser que si les supports institutionnels perdent de l'audience, c'est surtout parce que l'expérience que proposent ces dernières est plus attractive (comme cela a été évoqué au point 1). Il est attesté qu'il n'y a pas de perte de référencement pour les supports institutionnels (pas de duplicate content) et que la diffusion multicanale assure un nombre de vues exponentiel.

Si l'ouverture est acquise face à ces changements de comportement des clientèles, bien des questions se posent encore pour que les institutionnels y trouvent pleinement leur compte. Des partenariats avec les acteurs privés restent à imaginer.

« DATAtourisme, la plateforme nationale de la donnée touristique »

Née d'un projet de recherche & développement visant à créer un « guichet unique open-data » de la donnée touristique produite par les acteurs institutionnels de tourisme, portée par la Rn2D et la DGE et depuis 2022, par ADN Tourisme, DATAtourisme fonctionne depuis fin 2017.



Principaux objectifs :

- Favoriser la diffusion de données fiables / à jour / qualifiées et renforcer notre positionnement collectif de « fournisseur officiel » de l'information touristique.
- Faciliter la production et la diffusion des données à toutes les échelles.
- Accélérer la création de services innovants et pertinents au profit de nos destinations.



La construction de la plateforme a été bien pensée :

- Aucun SIT régional ne doit modifier ni ses outils, ni ses données, c'est lors de l'envoi vers la plateforme que tout est « mappé » vers un format commun (correspondance entre les données source et l'ontologie adoptée par DATAtourisme),
- Ce format s'appuie sur des normes internationales pour la meilleure et la plus large réutilisation possible.
- Depuis 2020, des services à valeur ajoutée viennent se greffer au principe d'agrégation des données : traductions automatisées (5 langues en 2022), liens avec la base WikiData, interface de monitoring qualité permettant de détecter les erreurs ou critères à ajuster



Ce portail diffuse en particulier les données les plus demandées auprès des structures institutionnelles :

- Fêtes et manifestations,
- Points d'intérêt touristique (« à voir »),
- Activités et loisirs (« à faire »),

Ainsi que d'autres qui peuvent alimenter de nouveaux projets : hébergements, commerces, ... Cela représente aujourd'hui 450 000 POI en France, téléchargés près de 15 millions de fois chaque mois par les 3300 réutilisateurs ayant ouvert un compte, sans compter les accès anonymes aux fichiers via Etalab.



Pour en savoir plus :

 [Découvrir DATAtourisme](#)

 [Chaîne Youtube DATAtourisme](#)

 [Cadre législatif de l'open data appliqué au tourisme](#)





ENJEUX ET ORIENTATIONS

Les SIT restent des outils de souveraineté numérique, permettent une égalité de traitement des socioprofessionnels et l'animation des écosystèmes territoriaux, peuvent présenter une alternative aux services privés. Néanmoins, la question de leur pertinence se pose aux regards de leur charge financière, des ressources RH investies et de leur valeur marketing. Des enjeux et des orientations ont donc été identifiés par le comité de pilotage du CRTNA, nous les étayons ci-dessous.



1. Optimiser le travail des institutionnels

Une remise en cause des SIT émerge : la question de leur pertinence se pose aux regards de leur charge financière, des ressources RH investies et de leur valeur marketing. Leur utilité actuelle est avérée mais elle peut être reconnue et valorisée en améliorant le rapport entre le temps investi et la qualité de la donnée.

Valoriser la plus value d'une présence dans le SIT

Pour gagner du temps, **il faut que les socioprofessionnels soient convaincus de l'intérêt de mettre à jour leurs données dans le SIT**, qu'ils soient donc volontaires et viennent régulièrement vérifier et compléter leur(s) fiche(s) via les outils numériques qui leur sont accessibles, qu'ils apportent, au besoin avec notre concours, des données de qualité, utiles à nos cibles, bien illustrées. L'un des leviers efficaces consiste à montrer clairement l'audience que leur présence dans le SIT représente, en termes de visibilité (liste des supports alimentés, nombre d'affichages de leur fiche) comme en nombre de clics (mèl, lien vers leur site web ou leur réservation directe).

Optimiser la collecte des données

Pour économiser du temps, les institutionnels comme le CRTNA doivent se pencher sur **la collecte automatisée de données auprès d'autres opérateurs, qu'ils soient publics ou privés**. Cette approche se fonde sur des partenariats portant sur l'échange de données ou l'accès à certains jeux (ex : Open Street Map). Les institutionnels peuvent ainsi réduire l'activité dédiée à la saisie et au contrôle des données, ce qui amène une réduction mécanique du volume d'ETP dédié à ces tâches. Cette ressource humaine peut alors être orientée vers d'autres activités, comme la valorisation de la donnée (descriptif commercial, photos, thématisation, ...).

Homogénéiser la qualité des données

Enfin, il y a de **nombreuses pistes et actions à explorer pour homogénéiser la qualité de la donnée** : revoir régulièrement les contenus collectés pour les optimiser à nos stratégies marketing, mieux communiquer sur ce qui est utile et attendu auprès des socioprofessionnels comme des institutionnels, fixer le degré d'exhaustivité demandé et les modalités de mises à jour du portefeuille ainsi constitué afin d'éviter d'avoir des fiches délaissées, etc.

2. Garantir notre souveraineté numérique

Les plateformes numériques qui ont investi le marché du tourisme sont des sources de données extraordinaires. Il est possible, dans une certaine mesure, de s'appuyer sur elles pour mener une partie de nos missions, principalement autour de la promotion de nos destinations. Mais quid des autres actions citées ci-dessus, comme l'observation, l'accompagnement des socioprofessionnels, la GRC ? La question des données publiques est primordiale pour toute structure investie d'une mission d'intérêt général et **les SIT et leurs données représentent une alternative et une réponse à la privatisation des données d'intérêt général**.

Soutien à la conception de politiques publiques

Les données des SIT sont exploitées pour la conception de politiques publiques, qu'elles soient liées à l'aménagement du territoire ou au développement économique. C'est pour exemple le cas de la feuille de route Néo Terra en Nouvelle-Aquitaine, qui fixe des ambitions importantes en matière de tourisme responsable, sobre et numérisé ; elle peut compter sur une cartographie et une connaissance des offres indispensables à la mise en place des actions de transformation nécessaires à cet objectif.

Un patrimoine informationnel à partager

Les données produites par les institutionnels constituent **un patrimoine informationnel également utile à des privés**, qui se rendent compte qu'ils peuvent, ponctuellement ou durablement, s'appuyer sur cette ressource (succès des partenariats puis de l'Open Data). S'il y a de meilleures sources en termes d'hébergements, l'agenda des fêtes et manifestations présente une richesse certaine, comme les offres dites "à voir à faire" (activités, visites, loisirs) ainsi que les itinéraires. Plusieurs supports s'appuient sur elles et les mettent bien en valeur (eTerritoire, guides de Négocom, Cirkwi, IGN Rando, ...).

Un soutien aux actions du tourisme

Enfin, les SIT présentent **un réel intérêt pour les acteurs les plus éloignés du numérique**. En leur offrant des solutions accessibles et un appui en ingénierie, les institutionnels se positionnent clairement dans l'inclusion numérique des socioprofessionnels. Et quand ils proposent des services de réservation, ils offrent **une alternative aux socioprofessionnels ne souhaitant pas être captifs des plateformes numériques**, permettant une moindre dépendance financière (commission plus faible à verser aux institutionnels) et de garder la main sur son portefeuille client (après réservation, assurer les échanges pratiques et le recueil des avis pour gérer directement le lien avec le client, quand cette relation est aujourd'hui souvent assurée par les grandes plateformes de réservation).

Pour mémoire, citons aussi **la réactivité des réseaux SIT** quand, pendant le confinement, il a fallu identifier et promouvoir les lieux qui proposaient de la vente à emporter ou des livraisons, puis l'été qui a suivi, les lieux ouverts en collectant et diffusant les procédures appliquées pour rassurer tout le monde. Cela a contribué à **une bonne gestion de la crise**.

Ainsi, le Comité de Pilotage du CRTNA considère que le SIT reste un outil de souveraineté numérique, permet une égalité de traitement des socioprofessionnels et peut présenter une alternative aux services privés.



3. Veiller à notre impact sur l'environnement et les sociétés

Le numérique représente 4% des émissions globales de gaz à effet de serre. Les équipements numériques, leur production et exploitation, en sont la principale cause. Avec une croissance de 12% par an, **le numérique deviendra l'un des principaux postes de consommation énergétique au niveau mondial**.

Des mesures pour réduire cet impact commencent à être proposées, notamment par la Loi du 15 novembre 2021 visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique en France. Ces mesures abordent la sensibilisation du public, la limitation du renouvellement des terminaux, la promotion d'usages du numérique écologiquement vertueux, et la baisse de l'impact environnemental des centres de données et des réseaux.

Sont également envisagées **des mesures structurantes pour les collectivités** : la Loi indique ainsi que les collectivités de plus de 50.000 habitants doivent se doter d'une "stratégie numérique responsable" (article 26), présentée chaque année en amont du débat budgétaire. Les collectivités et acteurs publics vont devoir s'organiser et faire évoluer leurs pratiques.

L'impact environnemental du numérique – les SIT en font parties – est donc un point d'attention nécessaire pour les institutionnels exploitant et déployant des services numériques. Cette vigilance devra être complétée par une attention portant sur les questions humaines, organisationnelles et sociétales, couvertes par les démarches de numérique responsable.

4. Répondre à des enjeux stratégiques majeurs

Le maintien des SIT implique la mise en place d'une stratégie de la donnée, aux impacts opérationnels concrets sur plusieurs champs aux enjeux majeurs.

Gestion de la Relation Client (GRC)

Une meilleure structuration et collecte des données permettra de monter en compétence dans le profiling (définition des typologies principales de cibles), la qualification des attentes et besoins par profil, la production et l'envoi de newsletters ciblées ou encore **le partage des données sur les prospects et clients entre institutionnels pour faciliter le marketing automatisé dans le respect du RGPD.**

Services aux socioprofessionnels

Différents services seront pertinents à l'image de la connexion entre le SIT et leur page Google (dans laquelle les socioprofessionnels savent l'intérêt de renseigner leurs données), l'usage de solutions de scrapping comme Hubo (pour faciliter la collecte de données sur d'autres plateformes numériques), un accompagnement des socioprofessionnels dans l'ouverture et la valorisation de leurs données (du fait d'un niveau de compétence très hétérogène et d'enjeux dans certains cas de fragilité numérique), le développement de services plus valorisant que la promotion sur site internet (appui au SEO, appui en GRC, information plus fine sur les dynamiques territoriales, espaces de stockage de données, etc.).

Si la gratuité de référencement dans le SIT doit perdurer, **des modèles économiques valorisants doivent être encouragés et plébiscités** - pour un pro, apparaître sur le site internet de son relais local a une valeur toute relative compte tenu du contexte concurrentiel décrit plus haut.

Cela peut consister à :

- connecter le SIT et les pages Google dans lesquelles les socioprofessionnels savent l'intérêt de renseigner leurs données,
- adopter des solutions de scrapping comme Hubo pour faciliter la collecte de données sur d'autres plateformes numériques,
- accompagner les socioprofessionnels dans l'ouverture et la valorisation de leurs données (du fait d'un niveau de compétence très hétérogène et d'enjeux dans certains cas de fragilité numérique),
- développer des services à valeur ajoutée (appui au SEO, appui en GRC, information plus fine sur les dynamiques territoriales, espaces de stockage de données, etc.).

La diversification des sources de données

Les institutionnels connaissent les données stockées dans le SIT (offres, demandes, prospects, etc.) ; il est pertinent d'étendre leur compréhension aux données d'intérêt touristique. Les stratégies touristiques doivent en effet **prendre en compte l'évolution de l'environnement direct et les principales tendances territoriales** et pour cela, de nouvelles données leur sont nécessaires : des données chaudes dans une multiplicité de secteurs (énergie, mobilité, bâtiment, statistique économique, etc.), des données de mobilité, des données produites par les CCI complémentaires de celles du SIT, des données en temps réel liées par exemple à l'activité des socioprofessionnels ou à l'évolution de certains paramètres locaux (événements, occupation...), etc.

Cette approche permet de **construire des stratégies ciblées sur la collecte des données alternatives présentant un intérêt pour les institutionnels.** Elle peut également initier une réflexion plus structurante sur la diversification des sources de données d'intérêt : téléphoniques, paiements, économiques, wifi territorial, IoT, etc. La question de leur collecte, achat ou du déploiement d'objets connectés composera des tendances fortes. Sur l'ensemble de ces champs, des partenariats avec d'autres producteurs de données, qu'ils soient publics ou privés, seront explorés.

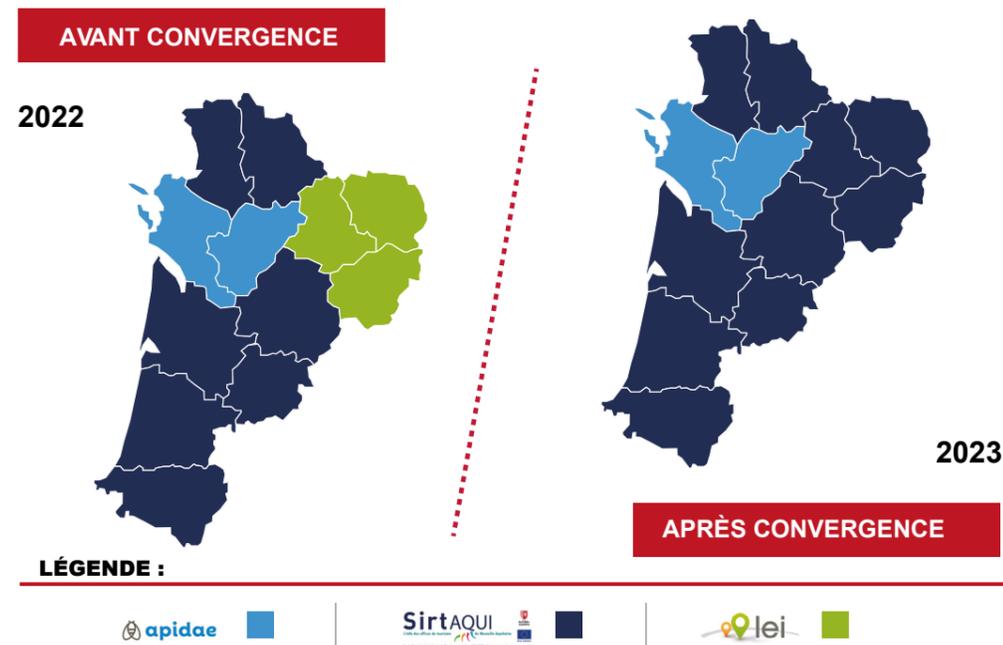


5. Assurer efficacité et durabilité

L'écosystème régional fait le choix de ne pas abandonner les SIT. Le travail est alors à mener sur trois axes : la rationalisation des progiciels, l'évolution d'une gouvernance centrée autour des outils à une gouvernance de la donnée, l'engagement vers le numérique responsable.

La convergence des SIT comme axe de rationalisation

Le CRTNA a engagé cette étude visant à établir un diagnostic de la situation, un benchmark des progiciels de gestion des SIT et des scénarios d'évolution pour mieux gérer la donnée touristique. La convergence des SIT est apparue comme un enjeu pour les institutionnels du tourisme, et pour le CRTNA pilote de deux dispositifs. Leur coût, la coexistence de deux communautés et deux formats de données ainsi que la complexité de mise en œuvre de passerelles informatiques incitent à **se recentrer sur un outil unique**, Tourinsoft, et sa communauté SirtAQUI.

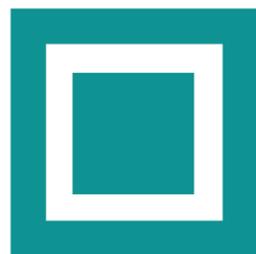


D'une logique d'outil à une stratégie de la donnée

Le CRTNA et le Comité de pilotage sont parvenus à la conclusion qu'il est nécessaire de distinguer les outils et la donnée. La problématique principale sera **la constitution d'un patrimoine informationnel, encadré par une gouvernance établie et facilité par une plateforme territoriale de la donnée**. Cette approche centrée sur un « cœur data » est notamment portée par le CRT Occitanie, disposant d'une plateforme de donnée régionale agrégeant différents SIT et potentiellement d'autres données qui présentent un intérêt touristique (transports, météo, géolocalisation, avis, ...). Cette démarche permet de **réenvisager collectivement un développement de la GRC, la diversification des données collectées par les acteurs, les démarches d'ouverture des données et le développement de nouveaux services à l'attention des socioprofessionnels et des territoires**.

Le numérique responsable pour une transition sociale et écologique

Le CRTNA s'engage dans le numérique responsable en intégrant ses impacts sociaux, humains et organisationnels. Il souhaite que l'écosystème régional se dirige vers une transformation systémique des usages (ex : pratiques d'achat, reconditionnement, optimisation du stockage, etc.). Il mettra en place **des indicateurs clés** sur les dimensions humaines, environnementales et stratégiques (ex : matériels consommés, pollution générée par le SIT, compétences numériques des agents, publics accompagnés, etc.). Cette approche permettra également de développer de nouveaux services, comme ceux initiés sur l'accompagnement des voyageurs ou socioprofessionnels en situation de fragilité numérique (ex : faciliter l'accès aux ressources numériques en dotant les OT de bornes numériques). Elle impliquera des **actions de sensibilisation et formation** auprès des institutionnels et socioprofessionnels, la proposition de **démarche de labellisation numérique responsable** et la mobilisation de ressources spécifiques pour piloter et investir cette feuille de route stratégique.



ENGAGEMENT ET PERSPECTIVES

NOTRE STRATÉGIE POUR LES PROCHAINES ANNÉES

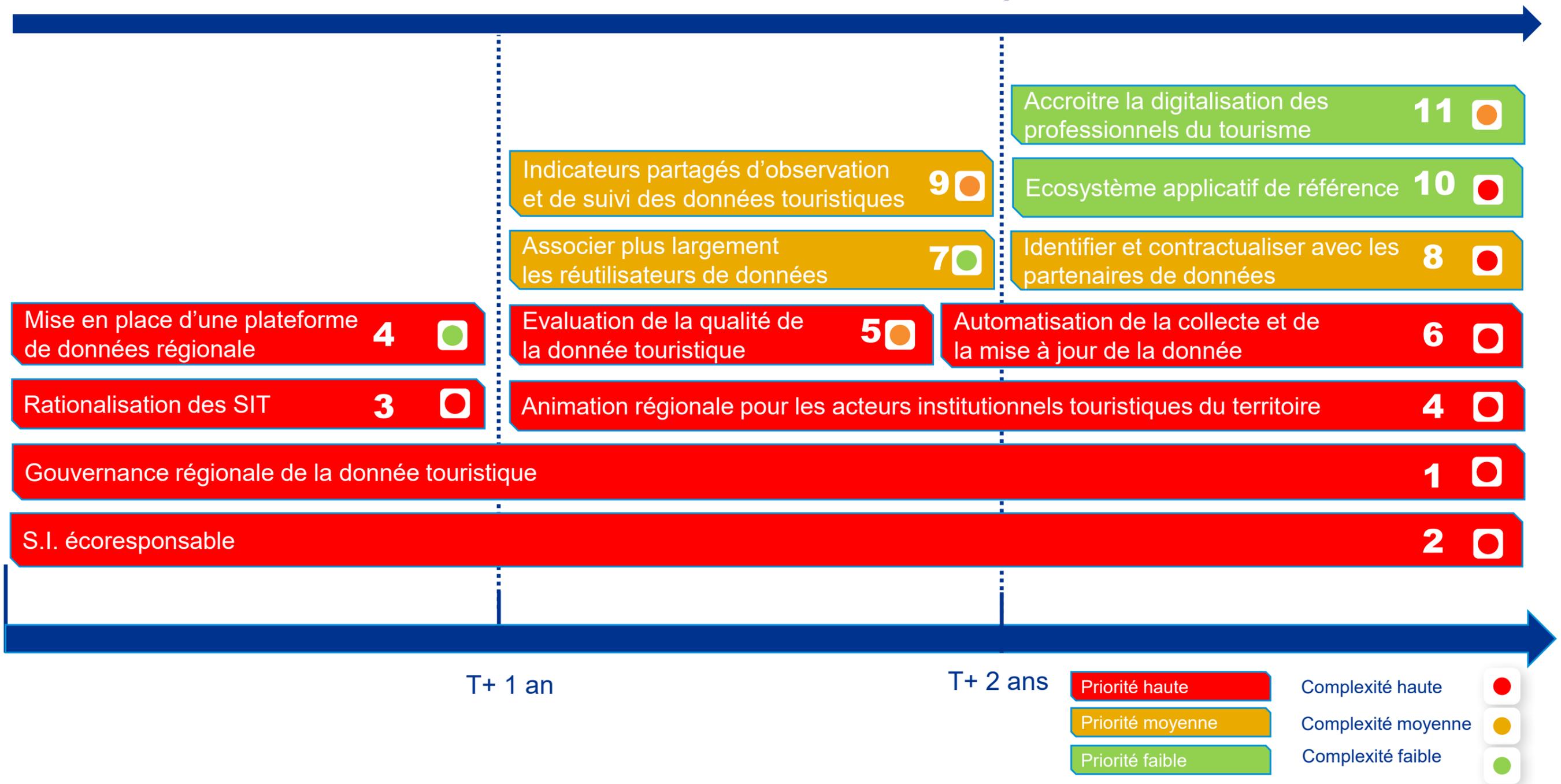
Cette dernière partie vise à présenter les opérations déjà en cours et les actions envisagées par le CRT Nouvelle-Aquitaine, le Conseil Régional et les membres du Copil de cette étude pour faire face aux enjeux identifiés.

Les fiches détaillées ci-dessous ont été partagées et validées avec l'ensemble des acteurs au travers des réunions de ce Comité de pilotage.

Elles sont la concrétisation de la stratégie de la donnée proposée par le COPIL.



Présentation des fiches actions prioritisées



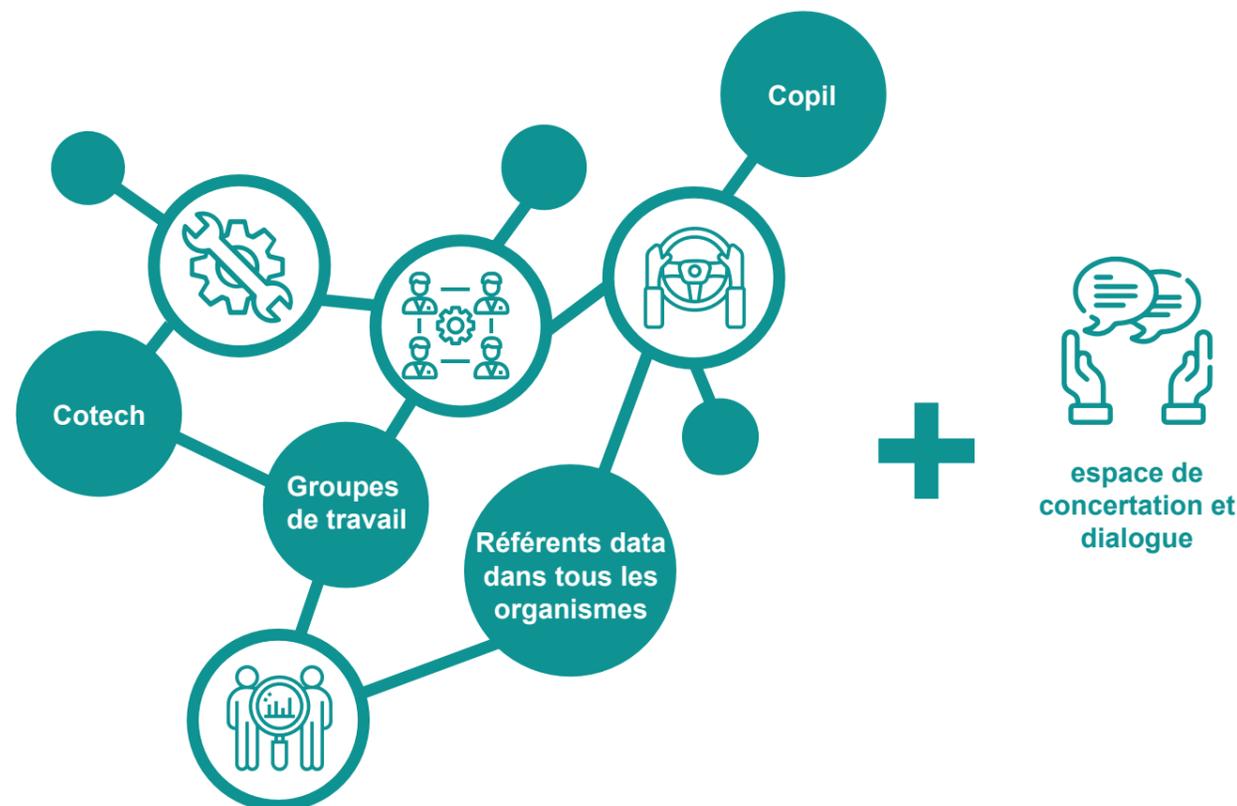
1. Deux fils rouges pour les prochaines années

Deux actions transversales se dégagent, fil rouge des prochaines années :

- Vers une gouvernance partagée de la donnée.
- Construction d'un écosystème numérique responsable.

Tous les acteurs du tourisme pourront participer à la définition et à la mise en place d'une stratégie de la donnée qui s'appuiera sur une gouvernance partagée, à construire ensemble. Elle veillera, à chaque étape, pour toute action, à s'engager pour un numérique responsable et limiter tout impact.

Présentation de l'organisation du réseau de la donnée



VERS UNE GOUVERNANCE PARTAGÉE DE LA DONNÉE

ACTION 1



PRIORITÉ

Haute



COMPLEXITÉ

Haute



LANCEMENT DE L'ACTION

2023

Jusqu'ici, les institutionnels du tourisme de Nouvelle-Aquitaine ont piloté et coordonné des SIT par territoire concerné par le même outil. Le but de cette action est de dessiner **une gouvernance de la donnée à l'échelle régionale, associant chaque réseau SIT**. Cette gouvernance vise la coordination, le déploiement et l'animation de l'ensemble des actions listées ci-dessus.

Elle implique une mobilisation politique et technique de l'ensemble des parties prenantes. Elle se fonde sur un niveau de connaissance égale et sur une base commune de sensibilisation et formation. Elle doit être **un espace d'échange** qui doit impliquer les politiques et profils techniques, acteurs publics et privés. Elle sera **l'instance qui déterminera la stratégie de la donnée**, et constituera le socle de réflexion pour réfléchir en termes d'usages.

Son socle serait la mise en place d'une animation et un pilotage stratégique par le CRT autour de deux instances complémentaires : **un Comité de Pilotage (Copil)** et **un Comité Technique (Cotech) comprenant les acteurs institutionnels**. Le Comité de Pilotage aurait pour objectif de suivre l'évolution de la feuille de route et coconstruire les actions, alors que le Comité Technique aurait des missions de gestion plus opérationnelles, centrées sur le cycle de vie de la donnée, sa structuration et conformité.

Les actions seraient pilotées par plusieurs **Groupes de Travail (GT)**, composés d'acteurs intéressés par une thématique et souhaitant s'en saisir, participer aux réflexions, voire mener le groupe de travail, en fonction de l'appétence et de la proactivité de chacun sur le sujet. Pourraient être envisagé plusieurs GT autour de la structuration de la donnée et de la plateforme régionale, du numérique responsable et tourisme durable, et de la circulation et la création de valeur par les données.

Par ailleurs, l'identification d'un **référent « donnée et numérique »** auprès de chaque institutionnel et la constitution d'un réseau collaboratif fondé sur ces référents permettrait de faire monter en compétence l'ensemble des organisations, et de bénéficier du maillage d'un réseau de référents au plus proche des utilisateurs.

La **mise en place d'un espace de concertation** comptant, outre les membres du Copil et du Cotech, tous ces acteurs de l'écosystème, en plus des réutilisateurs de la donnée produite par les institutionnels (ex : socioprofessionnels, producteurs de services numériques, etc.), permettrait d'élargir le dispositif. Cet espace créerait un cadre plus attrayant et plus flexible pour la collaboration avec les bénéficiaires et réutilisateurs des données des SIT. Le CRTNA faciliterait ainsi le partage de bonnes pratiques dans la gestion des données, la veille technologique, l'engagement de projets innovants ou l'animation des parties prenantes. Il pourrait aussi jouer son rôle de **forum néo-aquitain** sur les enjeux liés à la donnée à usage touristique, au numérique et à l'innovation.

La mise en place de cette gouvernance implique la **mise en place d'un cadre institutionnel** (ex : règle de bonne gestion précisant les rôles et missions de chaque acteur, charte territoriale de la donnée permettant de stabiliser des principes communs avec les acteurs locaux, emploi de clauses data dans le cadre des marchés publics, etc.). Elle a également **des impacts sur les compétences des agents** (ex : formations systématiques sur les stratégies de la donnée, sensibilisations au RGPD, etc.), le recrutement de profils spécifiques (ex : data scientist).

Les éléments préalablement cités doivent être consolidés via la coproduction et le vote d'**une charte organisationnelle de la donnée**. Celle-ci cristallise les engagements des institutionnels, leurs attentes sur les données publiques et d'intérêt général. Elle précise les responsabilités, rôles, fonctions et principes consentis par les acteurs institutionnels. Elle est également un document de droit souple précisant les attentes à l'égard des partenaires et prestataires publics et privés. Elle est ainsi intégrée en annexe aux marchés publics ou employée pour sensibiliser l'écosystème régional.

La gouvernance de la donnée dépasse donc la question des règles de saisie (fond et forme de la donnée dans chaque champ de la base). Elle doit concrètement faciliter les objectifs opérationnels précisés ci-dessous :

- Évaluer en continu la qualité de la donnée touristique et permettre d'adopter les mesures correctives les plus adaptées ;
- Définir quelles sont les données nécessaires pour le bon fonctionnement des institutionnels et celles qu'il reste à collecter ou valoriser à des fins de marketing et profiling ;

- Partager des référentiels de qualification thématique et par cible (quels hébergements conseiller à un œnotouriste ? Quelles informations donner à une personne en situation de handicap ? Comment sélectionner les offres permettant de mettre en avant notre gastronomie ? etc.) ;
- Favoriser l'accès aux données et encourager leur ouverture (poursuivre et approfondir la démarche d'ores et déjà engagée
- Identifier les producteurs de données intéressants pour les SIT et contractualiser avec ces-derniers (CCI, plateformes numériques privées, opérateurs locaux dans le champ des mobilités, etc.) ;
- Associer plus largement les réutilisateurs de données (ex : avec une identification et animation plus dynamique) ;
- Faciliter la collecte et la mise à jour de la donnée touristique ;
- Tendre vers un référentiel commun et des critères de collecte co-définis ;
- Définir les indicateurs de suivi des données touristiques ;
- Approfondir l'enjeu de l'homogénéisation des applicatifs utilisés par les institutionnels pour mutualiser les coûts et mieux travailler ensemble.



Perspectives de mise en œuvre :

- Mise en place d'un Comité de Pilotage et d'un Comité technique sur la donnée
- Mise en place de groupes de travail pour les actions identifiées.
- Réalisation d'une charte de la donnée régionale
- Identification de référents « data » dans chacun des OT et ADT
- Mise en place d'un réseau collaboratif et d'une newsletter à destination de ces référents data
- Mise en place d'un espace de concertation avec l'ensemble de l'écosystème

Cinq principes fondateurs pour une stratégie de la donnée



- **La valeur d'usage** : la donnée n'a pas vocation à être un patrimoine passif, peu structuré et sans cycle de vie. Sa valorisation est dynamique et prend place dans une réflexion sur les outils de gestion et service à produire à terme.



- **La transparence** : la transparence de l'action publique est un principe incluant l'ouverture des données, la clarification des indicateurs ayant vocation à être partagés au grand public ou encore la communication sur l'achèvement des ambitions stratégiques de la collectivité.



- **La confiance** : la confiance à l'égard des données, de leur qualité, des usages affiliés et traitements est le principe directeur de la stratégie de la donnée.



- **La souveraineté** : la souveraineté numérique correspond à l'exercice d'une autorité législative, judiciaire et exécutive dans le champ des technologies des télécommunications et de l'informatique (TIC). Cette notion s'étend aujourd'hui à l'ensemble des enjeux émergents sur les objets connectés et la gouvernance de l'intelligence artificielle.



- **La participation** : une démarche participative implique l'engagement de l'ensemble des parties prenantes. Elle implique également la mobilisation des partenaires et l'évolution de leurs pratiques et modalités de gestion et valorisation.

ACTION 2

CONSTRUCTION D'UN ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE RESPONSABLE



PRIORITÉ

Haute



COMPLEXITÉ

Haute



LANCEMENT DE L'ACTION

2023

Les institutionnels de Nouvelle-Aquitaine en général et les institutionnels du tourisme en particulier souhaitent affirmer leur **engagement vers une démarche de numérique responsable**. Il s'agit de tenir compte des impacts du numérique, qu'ils soient environnementaux, sociaux ou sociétaux, **pour guider la stratégie régionale sur le choix et la façon de réaliser les actions**.

Ainsi, **un groupe de travail sera spécifiquement dédié à ce sujet**. Il aura pour mission de recenser les référentiels existant pour évaluer des stratégies et projets numériques, et de déterminer lesquels pourraient être utilisés pour guider la stratégie régionale. En effet, des référentiels déjà : citons [le référentiel de l'Institut du Numérique Responsable](#), le [RGESN](#) (Référentiel Général d'Écoconception des Services Numériques). Ils pourront être utilisés pour évaluer la stratégie de la donnée du territoire, mais également chacun des projets qui seront envisagés dans les années à venir.

Ce groupe de travail aura également pour mission de réaliser un **état des lieux sur l'empreinte environnementale du numérique sur le périmètre des institutionnels (OT/ADT/CDT/CRT)**. Il s'agira ensuite de fixer des objectifs de réduction de cette empreinte et de prioriser les actions allant dans ce sens (mutualisation, critères de choix de solutions, politique d'achat, circuits courts, maintenance du matériel, etc.).

Par ailleurs, **la sensibilisation des acteurs** est déterminante sur le sujet. Plusieurs actions pourront être effectuées, comme l'organisation de fresques du numérique (ateliers collectifs orientés « grand public » permettant de sensibiliser sur les enjeux et les ordres de grandeur de l'impact environnemental du numérique - certaines personnes fortement impliquées pourraient elles-mêmes devenir animateurs de la fresque), de séminaires de sensibilisation pour les décideurs, élus et directeurs.

Citons également la possibilité de **faire labelliser son organisation par l'Institut du Numérique Responsable**, comme l'ont déjà fait certaines collectivités. Cela permettra également de rentrer dans la Communauté NR (Numérique Responsable) et d'échanger avec d'autres organisations issues d'horizons différents. **La signature de la Charte NR** sera un premier pas pour les organisations qui le souhaitent.

Cette ambition en numérique responsable est en phase avec la feuille de route régionale Néo Terra, qui comprend une vision et une série d'actions visant à engager le territoire néo-aquitain vers une transition économique et sociale fondés sur l'écologie, l'inclusion, le numérique et les innovations territoriales.



Perspectives de mise en œuvre :

- Identification des référentiels d'évaluation des stratégies et projets numériques
- Calcul de l'empreinte environnementale actuelle des acteurs institutionnels du tourisme
- Identification de leviers d'actions pour baisser cette empreinte et construction d'une stratégie de numérique responsable
- Identification de référents et d'animateurs du numérique responsable
- Sensibilisation des acteurs sur le sujet
- Signature de la charte Numérique Responsable

2. Des actions déjà engagées pour rationaliser et moderniser les outils

Certains enjeux présentaient un caractère d'urgence opérationnelle car les acteurs ne pouvaient répondre à leurs missions de façon efficace. Ces enjeux étaient plutôt d'ordre technique, et des actions visant à y répondre ont d'ores-et-déjà été lancées.

RATIONALISER ET MODERNISER LES SIT SUR LE TERRITOIRE

ACTION 3



PRIORITÉ

Haute



COMPLEXITÉ

Haute



LANCEMENT DE L'ACTION

2023

La rationalisation des SIT était un enjeu identifié depuis quelques années par les acteurs institutionnels pour faciliter l'échange de données et la collaboration entre équipes, mais également pour moderniser les outils. Les départements dotés du LEI sont ainsi les premiers invités à entrer dans cette convergence des SIT organisée autour de Tourinsoft, le progiciel du Réseau SIRTAQUI.

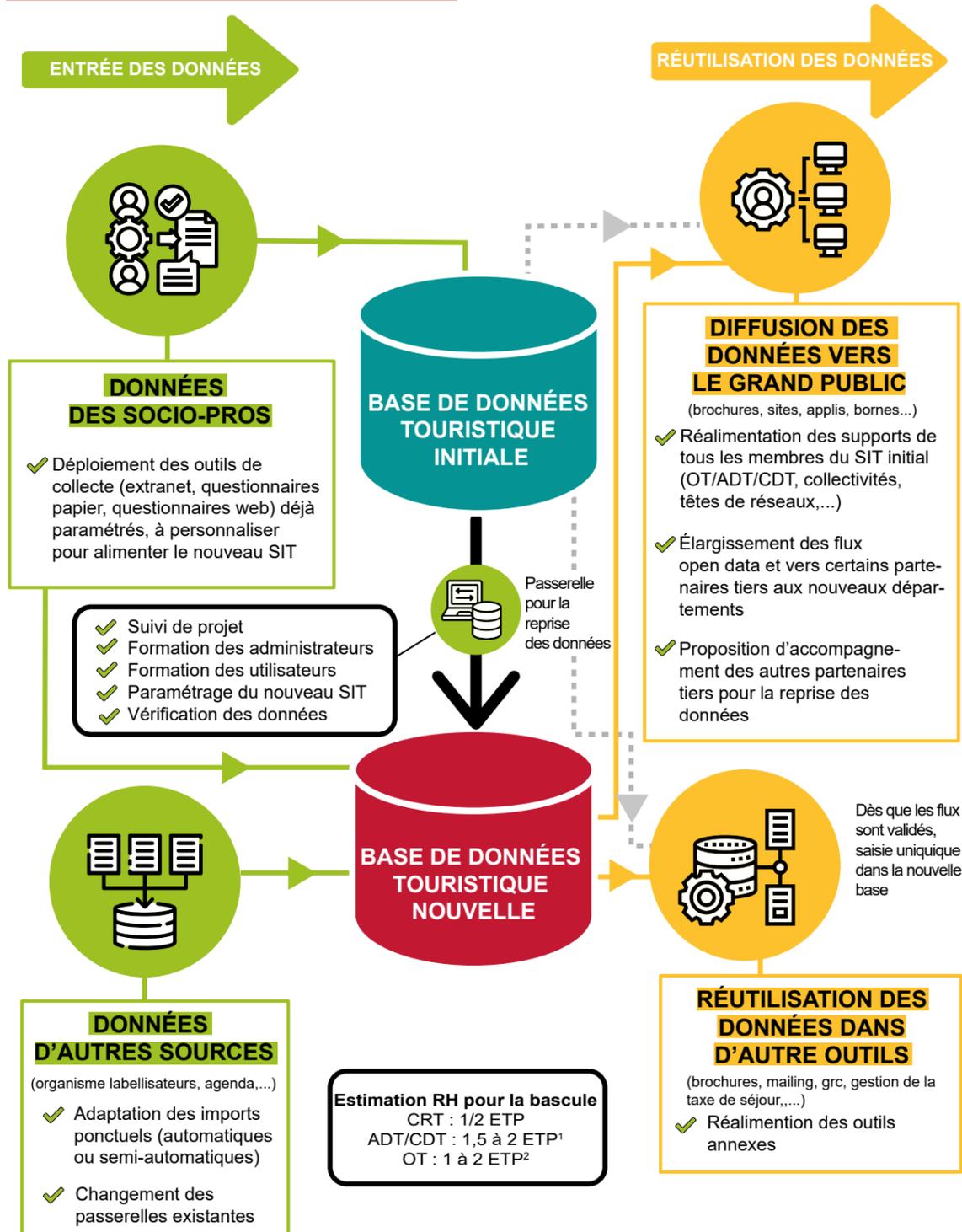
Cela représente un engagement conséquent, nécessitant des moyens financiers et humains (paramétrages du nouvel outil, reprise de données, formations des utilisateurs, réalimentation des interfaces numériques, notamment des sites web alimentés par l'ancien SIT).

L'effort consenti pour ce changement de progiciel fournira des services et applicatifs fonctionnels et ergonomiques.

Cette convergence facilitera les relations entre institutionnels en rapprochant les communautés d'utilisateurs autour d'un outil commun piloté par le CRT NA. Elle vise également à faciliter les actions de mutualisation au niveau régional et simplifier les travaux sur la définition d'un référentiel stabilisé et d'une base de données commune sur le périmètre régional.

Ce travail a d'ores-et-déjà débuté sur deux départements et un déploiement est prévu courant 2022-2023

Passage d'un SIT à un autre



1. Il faut au moins un référent SIT à plein temps par département (suivi des données, suivi de l'outil, animation et accompagnement du réseau). Lors de la bascule, la prise en main de l'outil, la gestion des droits, les paramétrages des fonctionnalités, demandent un investissement important.
 2. Il est recommandé d'avoir un référent SIT par structure, interlocuteur du département et de ses collègues à l'accueil, aux éditions,... Le nombre de pros à accompagner et le volume de fiches ont une incidence sur le temps à allouer lors de la bascule.

ACTION 4

CONSTRUIRE UNE PLATEFORME DE DONNÉES TERRITORIALE

PRIORITÉ
 Haute

COMPLEXITÉ
 Faible

LANCEMENT DE L'ACTION
 2023

L'autre enjeu fort est de **pouvoir centraliser l'ensemble des données touristiques néo-aquitaines dans une base de données unique au niveau régional**, pour pouvoir les exploiter efficacement dans des actions de marketing, communication, ou encore d'observation. Il s'agit d'un enjeu opérationnel fort car les équipes perdaient beaucoup de temps et d'énergie pour récupérer les données provenant de différents SIT et autres organisations, avec des problématiques de structuration, de doublons, ou encore de latence.

À court terme, le SIT SIRTAQUI sera utilisé comme **plateforme d'agrégation régionale des données de SIT**. Cet outil piloté par le CRT rassemble et partage déjà les données de 7 départements ; son utilisation peut être étendue simplement et relativement rapidement à tous les départements qui le souhaiteront (ce qui est proposé dans la convergence des SIT), avec adaptations possibles aux contextes locaux et aux particularités de chaque institutionnel. Le connecteur avec le SIT Apidae existe et demande une personnalisation des paramétrages ; il pourra être déployé avec l'accord des Charentes. Si une autre passerelle pour un autre SIT s'avérait nécessaire, plusieurs autres connecteurs sont disponibles dans les mêmes conditions de mise en place.

À plus long terme, le CRTNA porte l'ambition de concevoir, aux côtés des partenaires publics régionaux, une plateforme régionale des données, nouvel outil distinct des SIT. Il s'agira ici d'un **hub de données permettant d'agréger, à celles des SIT, d'autres informations provenant du public ou du privé** (gestionnaires d'infrastructures, CCI, service transport de la Région, etc.). Cela constituera un patrimoine informationnel facilitant les missions des institutionnels.

La plateforme de donnée pourra fonctionner autour d'une diversité de licences d'usage, en distinguant celles à vocation publique (l'Open Data, utilisée par exemple par DATAtourisme) et celles intégrées pour des croisements spécifiques (ex : étude des impacts économiques de telle activité sur un territoire). En effet, certains usages ne sont pas adaptés à l'Open Data et nécessitent des licences et modalités plus fines, cadrés par une convention entre le producteur et le réutilisateur de données. Les acteurs institutionnels fonctionnent déjà sur ce modèle sur certains sujets, mais la mise en place d'une plateforme ad hoc permettra de faciliter et automatiser ces échanges de données « à géométrie variable ».

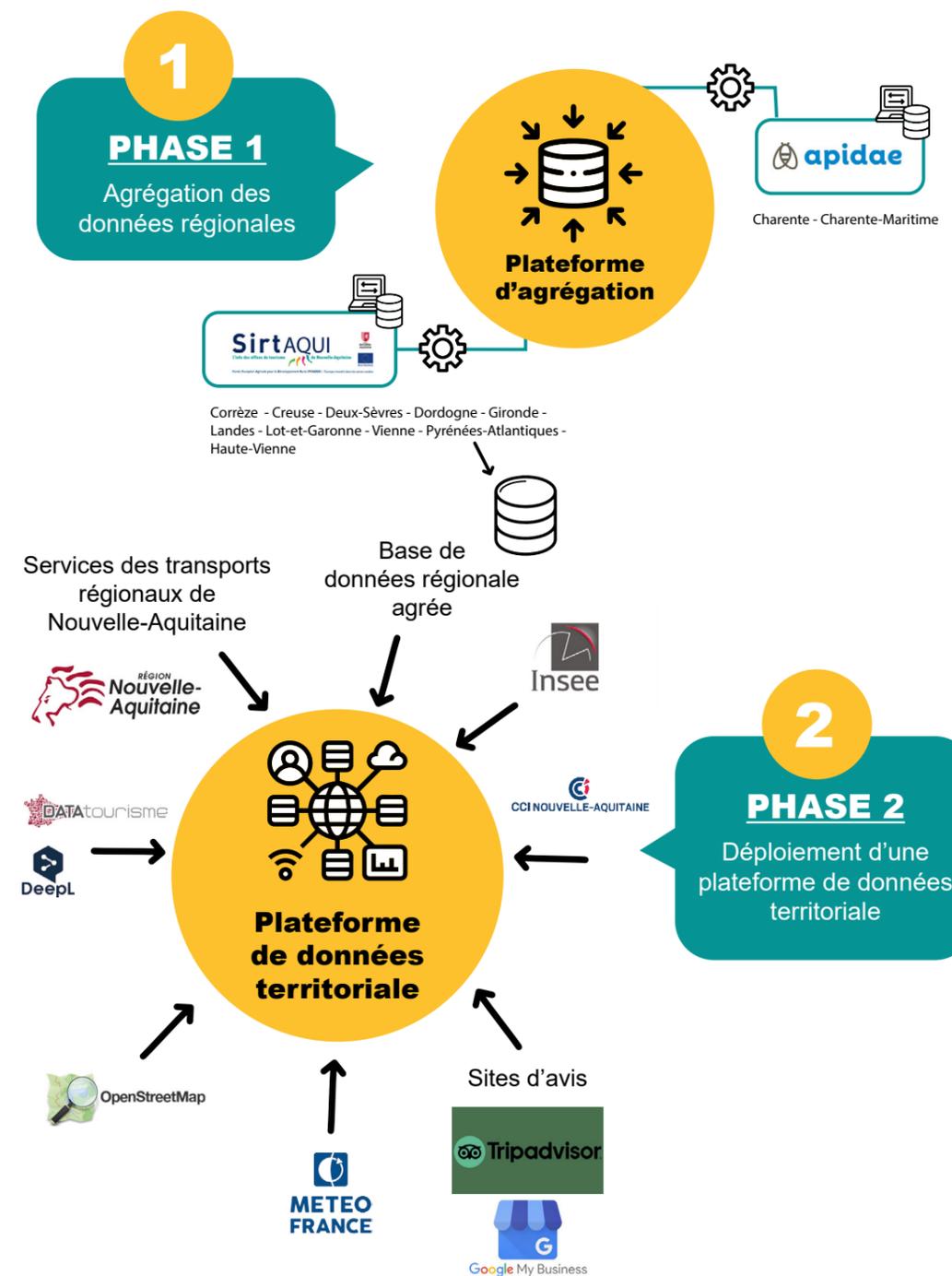
L'objectif affiché est de pouvoir couvrir un périmètre suffisamment large de données d'intérêt touristique. À terme, les parties prenantes pourront collaborer via cette plateforme (sur des projets de recherche, des études, diagnostics, le déploiement de services, etc.), identifier les synergies possibles, travailler sur les services à produire ou à optimiser. Pour cela, il sera nécessaire de procéder à un recueil de leurs besoins, établir le cahier des charges permettant d'y répondre, et choisir un prestataire qui pourra développer cette plateforme. En amont, un benchmark de solutions existantes, par exemple en Occitanie, permettra de mieux cerner le champ des possibles sur le sujet.



Perspectives de mise en œuvre :

- À court terme, rationalisation des SIT et déploiement d'un connecteur entre Tourinsoft et Apidae pour centraliser les données au niveau régional
- À plus long terme :
 - Recueil des besoins des acteurs sur une plateforme de données (fonctionnalités, cas d'usage, etc.)
 - Benchmark d'autres acteurs (exemple : région Occitanie)
 - Élaboration d'un cahier des charges pour déployer la plateforme
 - Mise en œuvre d'un POC

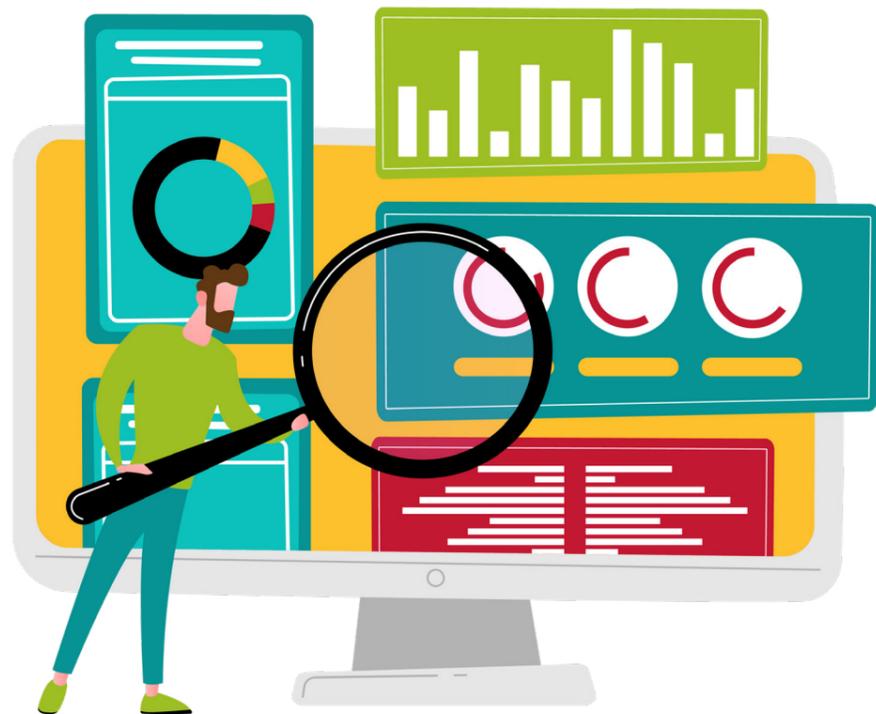
Construire une plateforme de données territoriale



Découvrir PDF
«Un Hub Régional»

3. Vers une feuille de route régionale pour la gouvernance partagée de la donnée touristique

Au-delà de ces deux actions de court terme, les institutionnels du tourisme souhaitent approfondir les préconisations formulées dans le cadre de l'AMO et **déployer une stratégie partagée de la donnée**. Il s'agit de perspectives présentant **un intérêt stratégique régional** mais devant encore faire l'objet de travaux complémentaires et collectifs. Chacune de ces actions serait traitée par l'un des Groupes de Travail spécifiques, dans le cadre de la mise en place de la gouvernance régionale. Elles ont pour objectif de **se donner collectivement les moyens de nos ambitions**, en rendant possible techniquement les réponses aux enjeux exposés par ce Livre Blanc.



ACTION 5

ÉVALUER ET AMÉLIORER LA QUALITÉ DE LA DONNÉE TOURISTIQUE RÉGIONALE



PRIORITÉ

Haute



COMPLEXITÉ

Moyenne



LANCEMENT DE L'ACTION

2023

Cette action consiste à **évaluer et améliorer la qualité de la donnée touristique au niveau régional**. Cela peut concerner la complétude d'un jeu de données, son exactitude, sa structuration. Les objectifs sont de poser un diagnostic sur l'ensemble de la région et de prévoir les actions pour améliorer cette qualité de façon concertée et suivie.

Pour ce faire, il est nécessaire de travailler sur l'harmonisation des données et leur structuration, en définissant **un référentiel commun et des critères de collecte co-définis**.

Cela permet de faciliter la collecte, le partage et la valorisation des données. La prise de décision sur l'évolution des troncs communs implique la coordination et collaboration entre chaque échelon et acteur de l'écosystème des institutionnels du tourisme. La nomination d'un référent identifié au niveau du réseau des institutionnels assure le maintien et le suivi de ce référentiel commun régional.

La qualité de la donnée porte également sur sa **documentation**. Il est en effet nécessaire d'expliquer les données et référentiels pour assurer un transfert de savoir et le respect des normes adoptées collectivement. Si chacun comprend l'usage et l'utilité de la donnée collectée ainsi que les modalités de ré-exploitation, notamment le personnel saisonnier, celle-ci est mieux saisie, tant sur le fond que sur la forme. Il sera possible de s'appuyer sur la documentation existante et de la mettre à jour et de l'adapter aux nouvelles règles et référentiels communs.

En plus de cette documentation pour les utilisateurs, il est aussi nécessaire de systématiquement renseigner des **métadonnées**, décrivant et définissant les données, présentant des descriptions normalisées du contenu du jeu. Cette méthodologie d'explicitation des données est stabilisée par les institutionnels. Elle est notamment utile pour les réutilisateurs de données, prestataires, partenaires ou en Open Data. Elle facilite là encore la transmission de savoirs, la compréhension des modalités de gestion qualitative des données produites, saisies et valorisées.

Enfin, il pourra être envisagé de compléter ces actions par **une étude sur la représentativité de cette donnée**, c'est-à-dire sur le fait de savoir si les données présentes dans le SIT correspondent à la réalité des acteurs touristiques présents sur le territoire (si elles reflètent bien le nombre d'établissements du territoire, s'il n'y a pas des types d'acteurs absents, si les informations sont exactes ou si elles méritent des révisions, ...). Ce diagnostic permettra d'identifier les actions prioritaires, sur la base de champs d'informations (ex : SIRET pour pouvoir croiser plus facilement les données) ou de départements/territoires à enjeux.

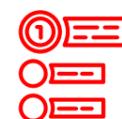


Perspectives de mise en œuvre :

- Mise en place d'un groupe de travail sur la qualité des données
- Harmonisation de la structuration des données
- Documentation des données
- Identification des critères de qualité de la donnée
- Audit de la donnée présente dans les SIT sur la base des critères définis précédemment
- Étude de la représentativité des données
- Actions ciblées d'amélioration de la qualité
- Mise en place d'un Data Quality Manager en charge du suivi de l'évaluation de la qualité des données

ACTION 6

FACILITER ET AUTOMATISER LA MISE À JOUR PAR LES SOCIOPROFESSIONNELS



PRIORITÉ

Haute



COMPLEXITÉ

Élevée



LANCEMENT DE L'ACTION

2023

En complément de l'action précédente, il est nécessaire de prendre la question de la qualité de la donnée à la source en s'intéressant à la production et la collecte des données. L'enjeu primordial est d'**optimiser les temps de collecte et de saisie dans le SIT**. Diminuer ces actions chronophages laisse des ressources pour toutes les tâches de valorisation de la donnée (gestion de la GRC, des descriptifs, de la qualification des offres, ...).

Cela passe par la **facilitation du recueil et du partage de données avec les socioprofessionnels**. Comme cela a été souligné, il faut les convaincre de l'intérêt de mettre à jour leurs informations dans le SIT.

Il faut aussi leur donner **des outils qui reprennent et affichent automatiquement les données qu'ils ont déjà saisies sur leurs canaux habituels** (leur site internet ou support de réservation, leur page Facebook ou Google, ...), qu'ils n'ont plus qu'à vérifier et valider. Des solutions techniques existent déjà pour ce service (comme Hubo, cité plus haut). Peuvent être envisagés également les croisements avec d'autres sources de données, ce qui amène des questions d'interopérabilité entre les outils des acteurs privés et les bases de données des institutionnels.

Cette action permet de répondre en partie à l'enjeu du renforcement de lien entre les acteurs professionnels et institutionnels du tourisme, ainsi qu'à la souveraineté sur les données. Une démarche régionale pourrait être envisagée pour financer une expérimentation et arriver à des tarifs négociés pour l'ensemble des acteurs institutionnels.

En parallèle, ce Groupe de Travail devra considérer d'autres leviers pour accroître les contributions. Les institutionnels peuvent **mieux communiquer sur la visibilité générée par les supports numériques des institutionnels, repenser leurs modèles économiques et revisiter leur politique d'adhésion auprès des socioprofessionnels et leurs offres de services**. La stratégie de la donnée implique une couverture non limitée aux adhérents et une intégration de l'ensemble des offres présentes sur le territoire pour maximiser la captation de données.



Perspectives de mise en œuvre :

- Communication sur la visibilité générée par les supports numériques et institutionnels
- Mise en place d'une expérimentation sur un territoire d'un outil permettant d'automatiser le recueil d'information des socioprofessionnels touristiques
- Généralisation de la démarche sur le reste de la région
- Évolution de la politique d'adhésion des socioprofessionnels

ASSOCIER PLUS LARGEMENT LES RÉUTILISATEURS DE DONNÉES



PRIORITÉ
Moyenne



COMPLEXITÉ
Faible



LANCEMENT DE L'ACTION
2023

La large diffusion des données est l'un des objectifs principaux des SIT. Depuis des années, les institutionnels savent que leurs supports s'inscrivent parmi de nombreux autres dans le cycle du voyage, souvent bien plus visibles, voire plus ergonomiques comme cela a été dit. Ils ont constaté que leurs données intéressaient ces supports tiers et ont donc développé des flux pour les alimenter, remplissant ainsi par d'autres biais leur mission de promotion.

L'accompagnement de ces réutilisateurs de données peut être amélioré, pour en inciter d'autres à travailler avec les données des institutionnels.

Pour cela, il s'agit de les associer de façon plus étroite afin de comprendre leurs difficultés, leurs besoins, et en fonction de ces remontées, adapter l'offre technique et organisationnelle, dans une logique de prise en compte du cycle de vie de la donnée. En aval, il faut **réfléchir à des procédures pour faire remonter les commentaires de socioprofessionnels quand une donnée n'est pas à jour jusqu'aux gestionnaires de SIT afin d'éviter de doubles mises à jour**, en étudiant la possibilité d'aller jusqu'à donner des droits de modifications des SIT à des tiers.

Enfin, notamment pour répondre aux réticences sur l'Open Data, un **travail de clarification des modalités de diffusion des données vers des tiers** doit être conduit, entre utilisation de DATAtourisme et mise à disposition de jeux de données locaux et complets avec contreparties.



Perspectives de mise en œuvre :

- Identification des réutilisateurs régionaux de données touristiques
- Mise en place d'un questionnaire à destination de ces réutilisateurs pour comprendre leur fonctionnement, leurs difficultés, leurs besoins
- Recensement de la documentation technique et mise à jour si nécessaire
- Intégration des réutilisateurs dans la gouvernance régionale de la donnée

CONTRACTUALISER AVEC LES PARTENAIRES DE DONNÉES



PRIORITÉ
Moyenne



COMPLEXITÉ
Haute



LANCEMENT DE L'ACTION
2023

Un axe clé de la stratégie porte sur l'accès aux données et leur ouverture : le **partage entre acteurs, tant publics que privés, est fondamental**. Il permet de développer des services générant de la valeur collective ou des services additionnels aux usagers (ex : services situés le long d'une véloroute). Il présente pour toutes les parties, celle qui émet et celle qui reçoit, **des opportunités de mutualisation et de croissance**.

La démarche d'ouverture des données engagée via DATAtourisme reflète cette ambition à poursuivre et renforcer. Il faut faciliter le travail en transversalité, rassurer (il ne s'agit pas de tout échanger, certaines données sont confidentielles), accompagner les institutionnels dans leur montée en compétence pour cette ouverture des données.

Dans le prolongement de cette démarche d'Open Data, cette action consiste à élargir la réflexion aux données dont le partage ne peut pas être fait de façon totalement ouverte, mais selon des accords entre différents acteurs. Il s'agit ainsi de **mettre en place les conditions techniques, juridiques et organisationnelles permettant d'échanger de la façon la plus automatisée possible les données avec les fournisseurs et diffuseurs de donnée pertinents pour l'écosystème**.

En effet, certaines données externes peuvent intéresser plusieurs acteurs institutionnels de la Région. Il est proposé d'identifier ces flux (ex : ITEA, Open Agenda, plateformes privées...), et de déterminer si un import régional, permettant la réutilisation locale, est possible. De façon inverse, diverses bases de données, tant publiques (ex : PIGMA, SIT de collectivités territoriales, ...) que privées ou associatives (ex : Open Street Map) peuvent accueillir celles des SIT, toujours dans la perspective d'un profit mutuel.

Cette action présente des enjeux importants et suppose la mise en place d'une **plateforme de données permettant ces échanges entre différents acteurs**, à l'image des plateformes territoriales expérimentées à Rennes (projet RUDI).

Les gains attendus sont une baisse du coût d'acquisition de données externes et d'exports de données internes, des gains tant dans le temps de saisie que la qualité de la donnée, une présence des données institutionnelles partout où elles apportent une plus-value et, comme pour nous, proposent des avantages à ceux qui les reçoivent.



Perspectives de mise en œuvre :

- Identification des flux entrants et sortants vers des logiciels métier
- Identification des cas d'usage d'import et d'export de données
- Établissement de règles en fonction des cas d'usage (échelon territorial à contacter, Open Data ou ouverture de flux, participation financière ou contreparties, ...)
- Mise en place et normalisation des flux les plus pertinents

ACTION 9

SE Doter d'indicateurs partagés d'observation et de suivi des données touristiques



PRIORITÉ

Moyenne



COMPLEXITÉ

Moyenne



LANCEMENT DE L'ACTION

2023

Cette action consiste à **mettre en place des indicateurs partagés d'observation et de suivi des données touristiques au niveau régional**. Il s'agit de mettre en évidence, d'une part pour les institutionnels, les carences des données et les progrès en qualité et, d'autre part pour les professionnels du tourisme, l'intérêt à transmettre leurs données aux Offices de Tourisme en montrant la visibilité de leurs données auprès du grand public grâce à leurs présences dans le SIT.

Si la plupart des acteurs disposent de tels indicateurs pour réaliser leurs missions, il s'agit de **les harmoniser au niveau régional pour en assurer un pilotage effectif dans le temps**. Ces indicateurs couvriraient les champs suivants : qualité de la donnée (descriptif commercial, géolocalisation, dates d'ouverture, tarifs, photos, ...), taux de remplissage des indicateurs classiques des observatoires (nombre de lits, ...), suivi des données GRC (fréquentation dans les OT, type de demandes, typologie des clients et prospects, etc.), fréquentation des sites webs et autres supports alimentés par la donnée SIT, scoring des fiches les plus vues sur le web, ...

Un groupe de travail régional pourrait se mettre en place afin d'identifier ces indicateurs, construire les requêtes dans les différents logiciels métiers nécessaires à leur acquisition, et les suivre dans la durée.

Les gains attendus sont de **suivre et améliorer la qualité de la donnée, d'avoir un meilleur suivi de l'activité et de la fréquentation des offices de tourisme, de piloter et valoriser les chiffres de réutilisations de données saisies dans les SIT**, augmentant ainsi l'intérêt des professionnels du tourisme à transmettre leurs données.



Perspectives de mise en œuvre :

- Mise en place d'un groupe de travail au niveau régional
- Identification des indicateurs à suivre
- Mise en place des requêtes pour produire ces indicateurs
- Identification des structures et référents en charge du suivi
- Communication sur ces indicateurs

ACCROÎTRE LA DIGITALISATION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME



PRIORITÉ

Moyenne



COMPLEXITÉ

Moyenne



LANCEMENT DE L'ACTION

2023

Cette action consiste à communiquer et à **accompagner vers le numérique certaines catégories de professionnels identifiées comme ayant une marge de progression** (ex : ceux proposant des visites ou des activités) pour accroître leur digitalisation, notamment sur la réservation, et ainsi augmenter les retombées économiques potentielles sur le territoire et lutter contre la fracture numérique.

En parallèle, il peut être tenté de réduire la dépendance aux OTAs et d'équilibrer le rapport de force avec ces acteurs en proposant des outils permettant de reprendre le contrôle de ses données et de sa GRC.

Des rapprochements peuvent également être prévus avec des têtes de réseaux, fédération d'hébergements, organismes labellisateurs, groupements professionnels, qui connaissent les besoins au plus près du terrain.

Enfin, la prospection, par les offices de tourisme, de socioprofessionnels qui ne sont pas encore sur les SIT, identifiés dans le cadre de l'audit cité dans la fiche action concernant l'évaluation de la qualité de la donnée touristique, pourrait être un volet de cette action.

Les gains attendus sont une hausse des socioprofessionnels présents dans les SIT et permettant la réservation et le paiement en ligne de leurs offres et services, et une augmentation des partenariats locaux entre prestataires (ex : hébergement et activités).



Perspectives de mise en œuvre :

- Prospection des socioprofessionnels identifiés dans le cadre de l'audit sur la représentativité des données SIT et ajout de leurs données dans les SIT
- Mise en place d'une aide financière pour permettre aux professionnels de découvrir et tester une solution de réservation et de paiement en ligne.

CONSTRUIRE UN ÉCOSYSTÈME APPLICATIF DE RÉFÉRENCE



PRIORITÉ

Faible



COMPLEXITÉ

Haute



LANCEMENT DE L'ACTION

à partir de 2024

La phase de diagnostic de l'étude a montré que les institutionnels du tourisme ont recours à **une large gamme d'applicatifs (logiciels, solutions en ligne, prestations d'entreprises spécialisées) autour du SIT** concernant la GRC, la commercialisation, la gestion de la taxe de séjour, l'édition de brochure, la restitution cartographique des données, etc. Cette action consiste à **construire une offre applicative de référence, pouvant être utilisée par tous les acteurs régionaux, garantissant l'interopérabilité et permettant l'accès à des tarifs préférentiels pour les ADT/CDT/ Départements et OT.**

Il s'agit d'identifier, pour les activités principales des acteurs touristiques, **les solutions complémentaires aux SIT les plus utilisés** ; le CRT pourrait alors négocier les prix, dans une logique de recommandation. De la même manière, **lister les prestataires avec lesquels les institutionnels sont sous contrat** (sites internet, bornes interactives, applications mobiles, ...) permet la mise en place et la maintenance de connecteurs en commun, et ainsi de faire baisser la dépense pour l'ensemble des acteurs de l'écosystème. Enfin, des clauses-types pourraient être proposées pour faciliter le choix des solutions et garantir leur caractère interopérable.

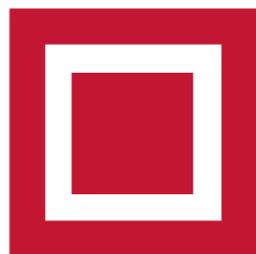
Cette action pourrait utilement être associée à la mise en œuvre d'un suivi annuel de la satisfaction des utilisateurs sur les principales fonctions identifiées lors du diagnostic du schéma directeur, dans une optique d'amélioration continue.

Les gains attendus sont une **baisse des coûts d'interconnexion entre logiciels et des coûts d'acquisition et de maintenance grâce à la mutualisation**, et une **augmentation progressive de la satisfaction des utilisateurs tant sur leur SIT que leurs outils annexes.**



Perspectives de mise en œuvre :

- Consolidation de l'offre logicielle utilisée par les acteurs institutionnels touristiques et des flux en place
- Identification de critères de choix pour apparaître sur l'écosystème applicatif de référence : fonctionnalités, interopérabilité, satisfaction usager, animation, impact environnemental, etc.
- Choix des solutions et publication des résultats
- Suivi de la satisfaction des utilisateurs sur les fonctions des logiciels métier
- Rédaction de clauses-types pour faciliter le choix des solutions
- Déterminer si une acquisition régionale est pertinente, au cas par cas



CONCLUSION

L'étude lancée par le CRT Nouvelle-Aquitaine a permis aux institutionnels de la région **d'étayer leur réflexion sur les enjeux posés par l'évolution des SIT et des usages de la donnée. Ce livre blanc vise à partager ses résultats à tous les acteurs de l'écosystème touristique.**

Les SIT et les données touristiques méritent de poursuivre le travail engagé depuis plus de 20 ans. Les réseaux des SIT ont leurs faiblesses (dispersion des moyens et investissements, défauts d'organisation, de communication et de concertation), ils exigent des moyens humains conséquents, mais **ils demeurent l'un des meilleurs moyens de travailler ensemble à tous les échelons, de remplir collectivement nos missions et d'atteindre nos objectifs**, qui - gardons cette idée en tête - sont identiques pour tout institutionnel du tourisme.

Les SIT sont **une composante clé des missions des institutionnels du tourisme et de leurs collectivités territoriales, outils de souveraineté numérique**, permettant une égalité de traitement des socioprofessionnels, l'animation des écosystèmes territoriaux et une alternative aux services privés. Leurs données sont **un patrimoine informationnel à la valeur économique et commerciale réelle**, réponse à la privatisation des données d'intérêt général.

Pour bénéficier pleinement de ces dispositifs, il faut renforcer nos efforts et rediriger nos investissements pour **une donnée de qualité, qualifiée et thématifiée** ; cela passe par une optimisation du travail des institutionnels et notamment de l'automatisation, de la diversification des sources de données. Le CRTNA s'engage pour **une stratégie et une gouvernance co-construites de la donnée pour des actions mieux ciblées, pour retrouver une place de choix dans le cycle du voyage.**

La mise en place d'une plateforme régionale des données, appelée à devenir un hub dépassant le strict usage à des fins touristiques, vise à répondre collectivement à des enjeux stratégiques majeurs comme la GRC (Gestion de la relation Client), les services aux socioprofessionnels, l'ouverture aux échanges de données, tout en assurant efficacité et durabilité, en veillant à notre impact sur l'environnement et les sociétés.

La démarche menée en Nouvelle-Aquitaine peut aussi **dépasser le contexte régional**. Des collaborations seront à envisager avec d'autres CRT comme l'Occitanie, engagée dans une démarche de data science, avec la riche communauté Apidae, ou encore avec DATAtourisme sur les perspectives de valorisation des données ouvertes.

Pour tous, l'objectif final est partagé : la création de valeur pour le territoire, en favorisant l'émergence et la structuration de nouveaux usages et services exploitant une donnée touristique de qualité.

Chacun est maintenant invité à prendre connaissance de cette feuille de route régionale, à contribuer à l'évolution des pratiques et réflexions communes, à s'impliquer pour, ensemble, construire et piloter une stratégie de la donnée.

La réussite de cet ambitieux projet repose sur l'engagement collectif de la communauté des SIT de Nouvelle-Aquitaine. Le CRT seul ne saurait porter tous les chantiers. Les compétences et les savoir faire de tous les échelons, locaux, départementaux, régional, seront mobilisés pour en assurer la gouvernance partagée.

La force du collectif a déjà permis de produire ce livre blanc et de définir les axes de la feuille de route régionale.

Poursuivons nos efforts dans ce sens !

KPMG



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**

Comité Régional du
Tourisme



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**


Infhotep