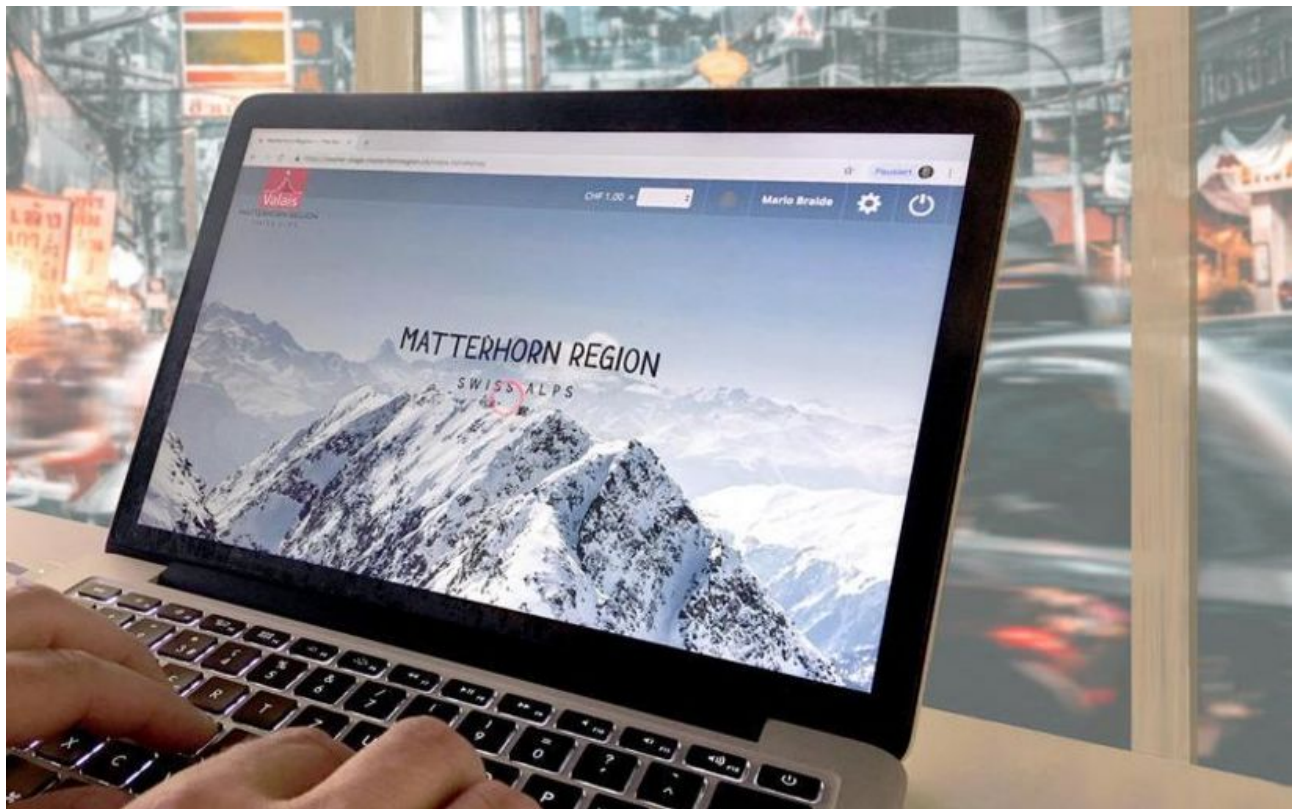


htr.ch

Etat des lieux

Le Valais touristique en ligne

Une étude sur la «distribution et commercialisation en ligne des produits touristique» a été lancée par Tourobs. Elle démontre qu'il est essentiel de sensibiliser les acteurs à une culture de la donnée.



De nouvelles pistes pour la digitalisation du tourisme.

Bild: David Carlier/montage htr

L'Observatoire Valaisan du Tourisme (Tourops) a publié une étude intitulée «distribution et commercialisation en ligne de produits touristiques – places de marché pour services touristiques». Celle-ci dresse un état des lieux de la digitalisation du tourisme et propose quelques recommandations et scénarii pour le tourisme valaisan. La digitalisation du tourisme passe par une connaissance-client approfondie via la disponibilité et le partage des données clients. Or, ces données ne sont pas encore disponibles de manière transparentes sur une place de marché qui serait ouverte à tous les acteurs touristiques valaisans. L'implémentation d'une telle place de marché fait régulièrement débat; la question de la gouvernance liée à l'exploitation et au développement de cet outil reste ouverte et différentes perceptions s'opposent.

En abordant le sujet de façon globale, le rapport dresse tout d'abord un historique des systèmes de management de destinations (DMS) et identifie leurs facteurs clés de succès. On y apprend que peu de DMS ont connu un réel succès sur le long terme. Le chapitre dédié aux places de marché illustre la diversité des cas et modèles d'affaires, ainsi que l'émergence de solutions spécifiques, par exemple pour les activités sportives et de plein-air.

Dans sa deuxième partie, l'analyse se focalise sur les besoins et les enjeux spécifiques de la commercialisation en ligne pour une région touristique telle que le Valais. En plus des aspects technologiques qui confirment la diversité des solutions actives sur le territoire cantonal, l'étude insiste sur la question essentielle de la chaîne de valeur de l'économie touristique et l'importance de penser une stratégie digitale qui s'intègre dans tous les maillons de cette chaîne. La question de l'implémentation d'une place de marché touristique valaisanne est traitée dans la troisième partie qui synthétise les avis parfois très tranchés des responsables des principales destinations touristiques du canton. L'étude démontre qu'il est essentiel de sensibiliser les acteurs à une culture de la donnée avant de prétendre créer une place de marché commune aux destinations valaisannes. Les questions de responsabilité et de mise à jour des données sont clés dans la création d'une place de marché.

Pour finir, l'étude émet des propositions de scénarii qui peuvent avoir un impact sur la transformation digitale et la commercialisation en ligne de l'offre touristique d'une région de montagne. (htr/aca)

tourops.ch (<http://tourops.ch>)

Publiziert am Donnerstag, 02. Juli 2020